

Direction des bibliothèques

AVIS

Ce document a été numérisé par la Division de la gestion des documents et des archives de l'Université de Montréal.

L'auteur a autorisé l'Université de Montréal à reproduire et diffuser, en totalité ou en partie, par quelque moyen que ce soit et sur quelque support que ce soit, et exclusivement à des fins non lucratives d'enseignement et de recherche, des copies de ce mémoire ou de cette thèse.

L'auteur et les coauteurs le cas échéant conservent la propriété du droit d'auteur et des droits moraux qui protègent ce document. Ni la thèse ou le mémoire, ni des extraits substantiels de ce document, ne doivent être imprimés ou autrement reproduits sans l'autorisation de l'auteur.

Afin de se conformer à la Loi canadienne sur la protection des renseignements personnels, quelques formulaires secondaires, coordonnées ou signatures intégrées au texte ont pu être enlevés de ce document. Bien que cela ait pu affecter la pagination, il n'y a aucun contenu manquant.

NOTICE

This document was digitized by the Records Management & Archives Division of Université de Montréal.

The author of this thesis or dissertation has granted a nonexclusive license allowing Université de Montréal to reproduce and publish the document, in part or in whole, and in any format, solely for noncommercial educational and research purposes.

The author and co-authors if applicable retain copyright ownership and moral rights in this document. Neither the whole thesis or dissertation, nor substantial extracts from it, may be printed or otherwise reproduced without the author's permission.

In compliance with the Canadian Privacy Act some supporting forms, contact information or signatures may have been removed from the document. While this may affect the document page count, it does not represent any loss of content from the document.



Université de Montréal

**Entre tension et engagement:
la réception de la télé-réalité au sein d'un public de jeunes Québécoises**

par
Camilla Sironi

Département de communication
Faculté des arts et sciences

Mémoire présenté à la Faculté des études supérieures
en vue de l'obtention du grade de
Maître es sciences
en sciences de la communication

Décembre 2008

© Camilla Sironi, 2008

Université de Montréal
Faculté des études supérieures

Ce mémoire intitulé :

**Entre tension et engagement :
la réception de la télé-réalité au sein d'un public de jeunes Québécoises**

présenté par

Camilla Sironi

a été évalué par un jury composé des personnes suivantes :

Line Grenier
président-rapporteur

Dominique Meunier
directrice de recherche

Julianne Piduck
membre du jury

Sommaire

Cette recherche vise à mieux comprendre la réception de la télé-réalité chez les jeunes Québécoises et, en particulier, de *Loft Story* et d'*Occupation Double*. Malgré leur grande popularité au Québec, ces émissions subissent une forte critique sociale qui encourage la formation de stéréotypes. Il faut donc les dépasser pour explorer la réception réelle et mieux comprendre ses récepteurs.

Le cadre théorique choisi est celui des recherches des *Cultural Studies* sur la réception qui opérationnalisent le modèle texte/lecteur dans l'étude des pratiques réelles de consommation médiatique. L'objectif est d'insérer l'écoute de ces émissions dans le contexte de la vie de tous les jours, car elle s'intègre à l'organisation et aux habitudes de vie quotidienne des récepteurs.

À travers l'étude des formes d'engagement personnel liées à l'écoute, il a été possible de montrer que la réception de la télé-réalité est un processus complexe. Ces textes sont riches de tensions entre plusieurs éléments à la fois. En fait, la télé-réalité est le seul genre télévisuel qui aspire à montrer le réel dans un cadre médiatique. Cela a de nombreuses implications dans la perception des images présentées et des participants. Loin d'être saisies séparément et clairement, ces tensions alimentent une perception globale de la télé-réalité qui est changeante et floue. De plus, leur négociation participe au plaisir de l'écoute.

Cette recherche montre aussi comment l'engagement envers la télé-réalité peut se traduire par la participation émotionnelle des téléspectatrices à la vie quotidienne d'autres personnes. L'engagement est formé de moments, et ces moments sont négociés avec les critiques des téléspectatrices envers le programme. La réception de la télé-réalité oscille donc entre la négociation des tensions et les moments d'engagement.

Mots clés : télé-réalité, réception, engagement, quotidien, négociation, tensions.

Abstract

This research aims to explore how young female Quebecers watch reality TV, more specifically the shows *Loft Story* and *Occupation Double*. The great popularity of reality TV in Quebec and in the world coexists with a strong social criticism that encourages the development of stereotyped images. Hence, in order to investigate its reception, it is necessary to surpass these preconceived images.

The conceptual framework guiding this research is the *Cultural Studies*' text/reader model which looks into the media consumption. Furthermore, watching reality TV belongs to an everyday life's context, it integrates its organisation and the habits of the viewers. Reality TV's role in the viewers' daily life provides the framework through which it is possible to evaluate the actual processes of reception.

By studying the forms of personal engagement linked to its reception, it is possible to demonstrate the complex position of being a reality TV viewer. These texts abound with different tensions among several elements. In fact, this is the only television genre that aims to show the "real" in a media context. Perception of the images and of the participants in the show is a persistent negotiation between opposite poles. Far from being clear and separate, all these different elements participate simultaneously to the perception of reality TV. Its content is constantly reassessed. Moreover, this ongoing negotiation contributes to the pleasure of viewing.

By means of interviews carried out with fans and non-fans of two reality shows from Quebec, it is possible to demonstrate how personal engagement is made up of different moments. It can be translated mostly by emotional participation of the viewers in other persons' everyday life. Furthermore, the critical attitude adopted by detractors as well as by devoted viewers, plays an important role in the reception. The latter therefore fluctuates between the negotiation of the tensions and moments of personal engagement.

Key words: reality TV, reception, personal engagement, everyday life, negotiation, tensions.

Table des matières

SOMMAIRE.....	III
ABSTRACT.....	IV
TABLE DES MATIÈRES.....	V
LISTE DES ANNEXES.....	VII
REMERCIEMENTS.....	IX
INTRODUCTION.....	10
1 CADRE THÉORIQUE ET PROBLÉMATISATION.....	13
1.1 LES ÉTUDES SUR LA RÉCEPTION DES CULTURAL STUDIES.....	14
1.1.1 <i>Stuart Hall : le modèle texte-lecteur.....</i>	16
1.1.2 <i>La position du chercheur et les études de Ang, Liebes et Katz et Morley.....</i>	18
1.2 ENGAGEMENT ET RÉALISME ÉMOTIONNEL.....	21
1.2.1 <i>L'engagement selon Liebes et Katz, Morley et Ang.....</i>	22
1.2.2 <i>Le réalisme émotionnel.....</i>	25
1.3 L'ÉMERGENCE DU QUOTIDIEN.....	26
1.3.1 <i>Une consommation routinière.....</i>	26
1.4 TÉLÉ-RÉALITÉ : QUELLE TÉLÉVISION ?.....	29
1.4.1 <i>L'histoire de la télé-réalité.....</i>	30
1.4.2 <i>Interactivité.....</i>	31
1.4.3 <i>Performance.....</i>	32
1.4.4 <i>Authenticité.....</i>	34
1.4.5 <i>Loft Story : un genre télévisé source de débats.....</i>	37
1.4.6 <i>Loft Story : les caractéristiques distinctives.....</i>	38
1.5 ARGUMENTATION DE LA PROBLÉMATIQUE DE RECHERCHE.....	41
2 MÉTHODOLOGIE.....	46
2.1 DESCRIPTION DU TERRAIN.....	46
2.1.1 <i>Loft Story.....</i>	47
2.1.2 <i>Occupation Double.....</i>	48
2.2 LE CHOIX D'UNE APPROCHE QUALITATIVE.....	49
2.3 L'ENTREVUE SEMI-DIRIGÉE.....	51
2.4 LE TRAVAIL DE TERRAIN.....	56
2.4.1 <i>La création de la grille d'entrevue.....</i>	56
2.4.2 <i>Les participants à l'étude.....</i>	57

2.4.3	<i>Seulement des jeunes filles : une coïncidence ?</i>	59
2.4.4	<i>Admiratrices, mais non seulement</i>	60
2.5	L'ANALYSE DES DONNÉES	61
2.5.1	<i>Mon processus d'analyse et de discussion</i>	62

3 ANALYSE ET DISCUSSION..... 66

3.1	ÉMISSIONS DIFFÉRENTES, DIFFÉRENTES ÉCOUTES	67
3.1.1	<i>Immobilité pour Loft Story et mouvement pour Occupation Double</i>	68
3.1.2	<i>Réalité et performance</i>	69
3.1.3	<i>L'émergence de talents</i>	70
3.2	LES ÉMISSIONS DE TÉLÉ-RÉALITÉ : DES TEXTES EN TENSION	71
3.2.1	<i>Personne « ordinaire » ou célébrité ?</i>	72
3.2.2	<i>Dénigrement et admiration de la télé-réalité</i>	75
3.2.3	<i>Fiction ou réalité ?</i>	80
3.2.4	<i>Quotidien extraordinaire et quotidien authentique</i>	86
3.3	L'ENGAGEMENT	89
3.3.1	<i>Les actions de l'engagement</i>	90
3.3.2	<i>Un engagement constamment négocié</i>	98
3.3.3	<i>(TV) Réalité et fiction : différents niveaux d'engagement</i>	100
3.3.4	<i>Un engagement dans le « réel »</i>	102
3.4	LA REPRÉSENTATION DU TEMPS	104

CONCLUSION..... 109

BIBLIOGRAPHIE..... 114

ANNEXES..... X

Liste des annexes

Annexe 1 – Portrait des interviewées.....	xi
Annexe 2 – Grille pour les entrevues semi-dirigées.....	xix
Annexe 3 – Formulaire de consentement.....	xxi

Remerciements

Ce mémoire a été une longue aventure, non seulement pour moi mais pour toutes les personnes qui m'ont accompagnée. Pour ma famille, en premier lieu, qui a été un soutien constant. Je veux remercier mes parents et mon frère, qui m'ont donné la force, l'endurance et le courage pour affronter toutes les épreuves. Je leur dédie ce mémoire et toute ma reconnaissance, parce que cette aventure a été la leur aussi.

Merci à Silvia, amie et sœur, qui a vécu chaque instant avec moi, pas après pas. A Rina, que je porte dans mon cœur, et à Carmen, qui m'a appris que tout est possible : merci.

Je tiens également à remercier ma directrice de recherche Dominique Meunier, pour ses conseils et son soutien, et pour la guide qu'elle a été tout au long de ce travail.

Je désire aussi exprimer ma reconnaissance à toutes les personnes qui m'ont aidée dans la révision de la langue : une assistance précieuse qui a permis de donner à ce travail une forme plus appropriée.

Introduction

Parfois, lorsqu'on se questionne sur le *pourquoi* d'un phénomène ou d'un comportement humain, il faudrait tourner le regard et s'interroger sur le *comment* afin de vraiment le saisir. Il faudrait considérer son contexte, l'exécution du geste dans un espace et à un moment particuliers, les émotions et les énergies qui y sont impliquées. La consommation médiatique, comme toute autre action, peut être auscultée en prenant le pouls de ses consommateurs. Donc, afin de comprendre les pratiques et les usages liés aux médias, il faut d'abord explorer comment ces pratiques et ces usages ont lieu.

Dans ce mémoire, j'étudie l'écoute d'un genre télévisuel particulier : la télé-réalité. Les émissions de ce genre ont suscité de nombreuses réactions dans la presse et dans la société, au Québec comme dans plusieurs autres pays dans le monde. Bien qu'elles soient désapprouvées par la majorité, elles peuvent acquérir un nouvel aspect si on les considère de plus près. En fait, lassée du dénigrement de ce genre télévisuel et curieuse de comprendre le type d'intérêt qu'il suscite, j'ai commencé à m'informer et à devenir moi-même spectatrice de télé-réalité. Je ressens l'urgence de rendre à ce genre télévisuel un statut respectable en tant que pôle d'attraction d'un nombre important de téléspectateurs. Un stéréotype pèse sur les personnes qui écoutent la télé-réalité. Mais est-ce que les téléspectateurs sont aussi dupes que la presse veut le faire croire ?

Comprendre comment ces émissions sont regardées signifie avant tout porter l'attention sur les pratiques d'écoute réelles dans un contexte quotidien. Les médias sont totalement incorporés à la vie de tous les jours. Cette ingérence totale dans la quotidienneté leur a permis de s'intégrer à l'ordinaire et aux habitudes des consommateurs, jusqu'à devenir omniprésents et presque invisibles. Il faut donc tourner le regard vers les pratiques réelles de consommation, les considérer comme des moments de la globalité du quotidien et ainsi évaluer l'implication réelle des récepteurs dans les usages qu'ils font des médias.

Un des objectifs de ce mémoire est de comprendre comment s'effectue la réception et se manifeste l'appréciation de ces émissions. *Comment* les téléspectateurs regardent la télé-réalité ? Pour répondre à cette question, je souhaite analyser les processus d'engagement sous-jacents à la réception de la télé-réalité. L'engagement personnel envers ces émissions est l'intérêt principal de ce mémoire ainsi que la porte d'entrée que j'utilise pour explorer la réception. De plus, les récepteurs sont au centre de ce travail et je vais leur donner la parole. C'est dans leur quotidien et dans leurs pratiques d'écoute réelles qu'il est possible de commencer à explorer leur engagement dans la télé-réalité.

Ce mémoire est composé de trois chapitres. Le premier chapitre pose les jalons théoriques de cette recherche et présente, dans un premier temps, les études basées sur le modèle texte/lecteur dans le cadre de l'école de pensée des *Cultural Studies*. Ce modèle m'aidera tout particulièrement à me focaliser sur la relation unique entre un récepteur et un texte médiatique. Comme ce mémoire porte sur les processus d'engagement liés à la réception, j'essayerai d'identifier les éléments qui composent l'engagement selon des recherches en communication. Ensuite, j'introduirai le lecteur aux particularités de la télé-réalité, qui est le texte médiatique au centre de cette étude. Enfin, l'argumentation de la problématique permettra de présenter le questionnement de la recherche.

Le deuxième chapitre décrit l'approche méthodologique que j'ai adoptée pour cette recherche, approche de type qualitatif et interprétatif. Je présenterai le terrain de recherche : les émissions québécoises de télé-réalité *Loft Story* et *Occupation Double*. Ensuite, je discuterai de la technique principale de collecte de données utilisée pour cette recherche, c'est-à-dire l'entretien semi-dirigé. Je soulignerai aussi la pertinence de ce choix méthodologique pour cette recherche. Les éléments plus théoriques seront alternés avec le compte rendu de mon travail de terrain et du processus d'analyse.

Le troisième chapitre est consacré à l'analyse et à la discussion. Il propose de répondre aux questions générales de ma recherche. Les différentes parties dont il est composé alternent les citations d'entrevues et les thèmes d'intérêt majeur qui ont émergés de l'analyse. Tout au long du chapitre, j'entrelacerai l'analyse des entrevues avec la discussion des données recueillies, à l'aide d'un retour à la littérature.

Enfin, je tirerai les conclusions de ce mémoire. Je ferai un retour aux concepts théoriques les plus importants ainsi qu'à certains éléments de la discussion. J'essayerai de fournir un cadre le plus exhaustif possible des formes que l'engagement et la réception prennent par rapport aux contenus de la télé-réalité. Enfin, j'ébaucherai de nouvelles pistes pour la recherche qui se dégagent de la discussion.

1. Cadre théorique et problématisation

Ce chapitre présente le cadre théorique dans lequel s'insère ma problématique de recherche, à l'appui de la littérature analysée.

La première partie est un résumé de l'histoire récente des études sur l'auditoire, avec la création de la figure du récepteur, le développement du modèle texte/lecteur et les premières recherches sur les pratiques de production de sens liées à des textes médiatiques de grande diffusion. Les *Cultural Studies*, que j'aborderai brièvement, ont mené des recherches dans de nombreux domaines de la *culture populaire* et couvrent plusieurs branches des sciences sociales. Je me pencherai principalement sur certains auteurs qui ont exploré les rapports entre téléspectateurs et émissions télévisées, et qui ont tout particulièrement prêté attention à la relation entre le lecteur et le texte.

Deux concepts majeurs sont au cœur de la deuxième partie : l'engagement et le réalisme émotionnel. Dans un premier temps, après une digression rapide qui s'appuie sur des auteurs en psychologie sociale, je me concentrerai sur les études de Liebes et Katz, Morley et Ang et sur leur façon de concevoir l'engagement. Ensuite, j'aborderai le mécanisme du réalisme émotionnel, décrit en particulier par Ang, qui participe à la réception de textes de fiction ainsi qu'à la production d'un engagement auprès du récepteur.

La troisième partie portera sur le quotidien. La plupart des études sur la réception proposent une approche fortement centrée sur la production du sens de la part des récepteurs. Cependant, les descriptions expliquant les rapports texte/lecteur s'avèrent parfois inadéquates et emphatiques. Des chercheurs comme Joke Hermes ont su abandonner la quête parfois aveugle du sens pour admettre que certains usages des médias sont privés de toute signification particulière. L'auteure propose une remise en contexte de la réception et un retour au quotidien des récepteurs. Cette façon de concevoir le public dans son quotidien a le mérite de reconduire les efforts académiques vers les pratiques concrètes de consommation médiatique.

Dans la quatrième partie, j'apporterai une description générale des émissions de télé-réalité, explorées du point de vue des critiques et des études académiques. En particulier, mon attention se concentrera sur l'émission *Big Brother*¹, en raison de sa popularité et des débats qu'elle a soulevés partout dans le monde. Cette partie propose de souligner les caractéristiques majeures des émissions de télé-réalité ainsi que les études qui ont été conduites sur leurs téléspectateurs, dans le but d'identifier les particularités qui guideront la problématique de recherche.

Enfin, dans une cinquième partie, je développerai la problématisation et la question de recherche.

1.1 Les études sur la réception des Cultural Studies

La naissance des *Cultural Studies*² est associée à la première publication des travaux de Raymond Williams et de Richard Hoggart dans les années cinquante. Ce nouveau courant théorique se développe à partir de la critique littéraire, des études sur les cultures et l'histoire, jusqu'à l'étude de la culture populaire de masse. Les deux auteurs appartiennent à la tradition de la critique littéraire anglaise. Or, ils se démarquent par leur habileté à appliquer leurs méthodes de critique à l'analyse d'autres formes culturelles, comme la chanson ou la fiction populaire (Turner, 1990). En 1968, Hoggart consolide les *Cultural Studies* avec la fondation du *Center for Contemporary Cultural Studies* (CCCS) à Birmingham. Le but premier du centre est d'explorer les changements

¹ Cependant, le terrain de ce mémoire est le Québec, où cette émission a été transmise sous le nom de *Loft Story*. J'utilise donc, dans un premier moment, le titre *Big Brother* pour faire référence aux nombreuses études – souvent d'origine anglophone – qui ont été conduites sur le sujet. Je vais ensuite adopter le titre québécois, qui est effectivement au centre de ma recherche.

² Souvent, dans la littérature francophone européenne, les auteurs vont traduire le terme *Cultural Studies* par « Etudes Culturelles ». Dans ce mémoire, j'ai choisi cependant de garder le titre original anglais, car il me semble que la traduction française ne rend pas compte de l'ensemble des connotations que le terme anglais porte en lui.

de la culture du prolétariat anglais à partir de l'après-guerre et, en particulier, les récents changements d'orientation politique de la jeune *working-class*.

Les approches de Williams et de Hoggart sont influencées par la psychologie, par l'anthropologie ainsi que par des orientations propres à l'Ecole de Francfort sur la critique de l'« industrie culturelle » et de la culture de masse (Turner, 1990). Ils s'intéressent en premier lieu à l'étude de la culture comme une totalité de significations et de valeurs partagées. Ils se concentrent particulièrement sur la production de pratiques culturelles de la part des *mass media*. Ils s'intéressent également aux médias comme lieu de négociation des différentes pratiques de communication. En général, les chercheurs constituent des groupes de travail autour de différents domaines de recherches (comme l'ethnographie, les études sur les médias, les théories du langage, les études sur le genre, etc.) et relient ces travaux aux questions soulevées par des mouvements sociaux (Mattelart et Mattelart, 1997). L'activité du centre de Birmingham se développe aussi autour de grands thèmes comme le racisme, le féminisme et l'ethnicité.

Au sein du CCCS, les travaux orientés vers l'étude de la réception individuelle ou collective des médias se multiplient à la fin des années 1970. Sous la direction de Stuart Hall, qui succède à Hoggart, plusieurs chercheurs commencent à s'intéresser à la question du rôle du récepteur, comme David Morley, Janice Radway, Angela McRobbie, Ien Ang, John Hartley et John Fiske. Ces travaux se distinguent de plus en plus de l'Ecole de Francfort par leur tentative de s'écarter des théories des effets directs et de dépasser les théories des effets indirects ou limités. Les chercheurs refusent le modèle victimisant de la théorie critique traditionnelle, en particulier l'idée du caractère aliénant de la culture de masse dénoncée par les théoriciens de l'École de Francfort (Millerand, 1997). Ils s'intéressent de plus en plus aux différentes pratiques de la culture populaire. En outre, ces études commencent à inclure les histoires de « vie de tous les jours » des acteurs, grâce à une approche qui est de plus en plus ethnographique. Enfin, depuis les années 1990, des études de nature réflexive ouvrent vers des approches constructivistes.

Ainsi, même si les *Cultural Studies* regroupent un ensemble de courants différents, ils s'inscrivent dans une même perspective, soit le renouvellement du paradigme critique dans l'étude de la communication de masse.

1.1.1 Stuart Hall : le modèle texte-lecteur

Une toute première génération de chercheurs appartenant au courant des *Cultural Studies* développe une approche orientée vers une analyse des interactions entre un média et son public, et offre une figure du récepteur apte à décoder des messages spécifiques. Le lecteur devient ainsi responsable des significations qu'il construit à partir de son appropriation d'un texte³. C'est la recherche de Stuart Hall sur l'encodage et le décodage d'émissions de télévision qui « fonde théoriquement le champ d'étude de la réception » (Breton et Proulx, 2002 : 228).

Le modèle d'encodage et de décodage proposé par Hall repose sur un concept clé, qui est celui de « faire du sens » : il s'agit d'un processus de production de sens qui se génère en interprétant (en *décodant*) le texte et en fournissant des significations personnelles par association. Ces significations personnelles s'intègrent ensuite à la connaissance que le lecteur a du monde, à sa façon d'appréhender ce qui l'entoure. Il peut les employer dans ses expériences pratiques, émotionnelles ou imaginaires (Hermes, 1999). Cette opération implique la participation de l'imagination du lecteur dans le processus de décodage du texte. Selon Hall (1980, 2001), le sens est premièrement encodé par un producteur (comme, par exemple, le metteur en scène d'une émission télévisée), qui traduit en messages médiatiques les discours⁴ déjà présents dans la société ; le sens est ensuite décodé par le téléspectateur qui interprète le texte et en déduit les points saillants, alors qu'au niveau personnel il tire ses propres

³ Selon la terminologie adoptée par ces études, le récepteur est un « lecteur » qui « lit » un « texte », que ce soit, par exemple, une émission télévisée, un article de journal ou un panneau publicitaire (Eco, 1979). Ainsi, j'utilise les dénominations « lecteur » et « récepteur » comme synonymes.

⁴ « Discours » est le terme foucauldien qui indique une unité de thèmes, ou un regroupement d'objets de savoir, une terminologie professionnelle ou une série de concepts. C'est aussi une interrelation de thèmes, de phrases, de formes de savoir et de positions que les individus tiennent à leurs égards (Mattelart *et al.*, 1997).

conclusions selon ses expériences et son bagage culturel (Storey, 1996). Ainsi, le message d'un auteur atteint son public dans la mesure où celui-ci possède le capital culturel⁵ qui lui permet de décoder le texte. Selon le théoricien Umberto Eco (1979), qui partage au moins avec Hall cette vision, le lecteur décode le texte toujours selon ses propres codes, différents de ceux de l'encodeur. Le récepteur déploie des capacités qui lui sont propres pour attribuer des significations aux formes et aux contenus des messages qu'il reçoit. Ce processus de construction du sens mobilise son expérience personnelle ainsi que le contexte d'écoute – comme, par exemple, l'appartenance à une génération, à une classe sociale, à des groupes culturels ou à des communautés particulières (Liebes et Katz, 1990). Hall a identifié trois pratiques de décodage du sujet-récepteur :

- la position de conformité : le récepteur se conforme à la lecture prescrite ;
- la position de négociation : le récepteur ne partage que partiellement le code proposé, il négocie les écarts et en adapte les significations ;
- la position d'opposition : le récepteur ne partage aucunement le codage proposé et il y oppose sa propre lecture.

L'activité de décodage dépasse les limites du simple moment de l'écoute (dans le cas de la télévision) : elle se développe plutôt comme une activité sociale, intertextuelle et intersubjective, qui peuple différents moments de la vie des lecteurs – sous la forme, par exemple, de conversations avec d'autres personnes, dans des lieux et à des moments différents de ceux de l'écoute au sens strict. La réception est donc un processus illimité, nommé « réception secondaire » par Breton et Proulx (2002). En effet, elle fait référence à l'expérience et au contexte du récepteur, se prolongeant dans sa vie quotidienne. Comme le dit Bausinger (1984 : 349) : « *It is not a question of an isolated,*

⁵ Pierre Bourdieu définit le « capital culturel » comme étant l'ensemble des qualifications intellectuelles produites par l'environnement familial et le système scolaire. C'est un capital parce qu'on peut l'accumuler au cours du temps et même, dans une certaine mesure, le transmettre à ses enfants. L'assimilation de ce capital à chaque génération est une condition de la reproduction sociale. Comme tout capital, il donne un pouvoir à son détenteur. Je ne vais pas approfondir davantage le concept de capital culturel (Hermes, 1993).

individual process, but of a collective process. Even when reading a newspaper one is not truly alone, it takes place in the context of the family, friends, colleagues. »

1.1.2 La position du chercheur et les études de Ang, Liebes et Katz et Morley⁶

Les années 1980 sont associées dans l'histoire des *Cultural Studies* à l'image du « tournant ethnographique » (Mattelart et Neveu, 1996) :

L'expression désigne de façon commode un déplacement des problématiques, plus encore des protocoles d'enquête vers une étude des modalités différentielles de réception des médias, en particulier en matière de programmes télévisés. (Idem : 19)

En effet, le chercheur acquiert un rôle central dans la construction de sa recherche. Son regard devient plus fortement réflexif. Il est à la fois observateur et acteur et il s'interroge sur sa propre participation à la construction sémantique de ce que l'on nomme téléspectateurs, audiences, publics, etc. Le tournant qui a marqué les années quatre-vingt consiste aussi à accorder un intérêt croissant à la réception des médias, en tentant d'opérationnaliser des modèles comme celui de l'encodage-décodage.

Parmi les recherches de ces années, celle de Ien Ang (1985) sur le soap américain *Dallas* se distingue pour son originalité dans la méthode d'enquête : elle s'est adressée aux téléspectateurs de *Dallas* par une annonce dans un magazine, en leur demandant de lui envoyer leurs opinions sur l'émission. Elle a reçu plus de quarante lettres d'admirateurs et non-admirateurs, qui sont devenues matière pour son analyse. Ang est aussi une des premières chercheuses à s'intéresser au public télévisuel en se concentrant sur le plaisir lié à l'écoute. Pour la chercheuse, le plaisir est un sentiment personnel présent dans toutes les formes de loisirs, dont l'écoute des soaps. Chacun développe un usage particulier et une relation exclusive avec un produit médiatique. Selon l'auteure, le plaisir de regarder des soaps est d'abord lié au fait de se reconnaître et de s'identifier

⁶ Nous allons approfondir davantage les positions des chercheurs au sujet de l'engagement dans la section 1.2.

aux personnages. Cela permet au récepteur d'intégrer l'expérience de la télévision à son quotidien, de la connecter avec son expérience de vie, sa situation sociale et culturelle.

Le soap *Dallas* a aussi été au centre de la recherche de Tamar Liebes et Elihu Katz (1990). Les chercheurs ont exploré, dans quatre pays et cinq communautés ethniques, les répercussions que les différences culturelles ont sur la réception. Ils affirment, tout comme Eco (1979), que le texte ne peut être susceptible d'interprétations totalement distinctes, car il évoque quand même des perceptions partagées. Ainsi, par exemple, les peuples marocains, japonais, américains et russes (auxquels leur recherche s'adresse) se distinguent par des dissemblances dans leurs codes culturels, sociaux et ethniques, et ces différences se répercutent dans leur réception d'un même produit médiatique. Selon les chercheurs, le texte se plie toutefois aux besoins des récepteurs – besoins d'apprentissage, d'identification et de plaisir personnel. Aussi la nature de l'engagement dans les produits médiatiques change selon les contextes généraux de réception, comme la nation, la communauté, l'ethnie, la classe sociale, l'âge ; et selon les contextes particuliers d'écoute, comme les lieux d'écoute, la présence d'un entourage, les sentiments qu'y sont associés, etc. Plusieurs éléments participent donc à la négociation du sens d'un texte et sont difficiles à démêler.

David Morley (1980) s'inscrit dans la même orientation que Stuart Hall et a opérationnalisé le modèle d'encodage/décodage dans l'étude de la réception du magazine télévisuel d'information *Nationwide* dans un contexte familial. L'objectif de sa recherche était de dégager des *patterns* d'interprétation selon la classe sociale et le genre. Les résultats ont toutefois démontré la complexité et la diversité des modèles de décodage et l'impossibilité d'en rendre responsables seulement la classe sociale et le genre.

Il considère l'écoute comme une activité sociale, où le groupe est le médiateur pour le décodage individuel. La lecture d'un texte médiatique est :

Un carrefour où différents discours [propres à un récepteur particulier, et distincts pour chaque récepteur] se croisent. Le processus de réception ne se déroule donc pas en vase clos, ce message s'inscrivant de fait dans une série de contextes où circulent simultanément une multiplicité d'autres messages explicites et implicites. (Breton *et al.*, 2002 : 235)

Morley, avec d'autres chercheurs du « tournant ethnographique », a produit des descriptions détaillées des conditions naturelles de la réception des émissions télévisuelles. En effet, il a observé les dynamiques d'écoute de *Nationwide* dans différents foyers familiaux. Son travail visait à saisir la dynamique contradictoire entre les interprétations et les habitudes propres aux différents téléspectateurs d'un côté, et les stéréotypes imposés par la culture de masse de l'autre. D'une part, son étude a montré comment les relations de pouvoir et de genre se réadaptent et se reconstruisent à travers les interactions qui se produisent autour de la télévision. D'autre part, les portraits des familles qu'il a peints dans *Family Television* (1986) démontrent comment la télévision ne produit pas toujours des contenus avec du sens pour son auditoire (Joke Hermes adhérera dix ans après avec conviction à cette idée). Or, l'utilisation des médias n'est pas toujours vouée à la négociation d'un sens, elle peut être aussi vécue comme une activité secondaire.

Je viens donc de citer trois recherches parmi les plus importantes qui ont été conduites durant les années quatre-vingt sur les pratiques de réception : l'attention des chercheurs a été concentrée sur l'observation des publics réels. Ce que je retiens pour ma recherche sur la réception d'émissions de télé-réalité est précisément le modèle texte-lecteur. Le message n'est donc pas décodé comme il a été encodé et le téléspectateur peut obtenir du texte des satisfactions inattendues – du moins, pour les chercheurs. Le modèle texte/lecteur met l'accent sur la relation dynamique, exclusive et contextuelle qui se produit entre un téléspectateur et une émission.

La réception « secondaire » comporte également des implications non négligeables dans la négociation du sens d'un texte (Breton *et al.*, 2002 : 224). Les sujets peuvent prolonger leur réception dans des lieux géographiquement éloignés et à un moment différent de celui de l'écoute du programme. Cela met en évidence le caractère illimité de la réception. De plus, les conversations qui participent au processus de réception

offrent la possibilité au téléspectateur de se confronter aux contenus télévisuels avec d'autres personnes et de négocier davantage le sens du texte (Alasuutari, 1999).

1.2 Engagement et réalisme émotionnel

Les textes qui ont inspiré cette recherche font souvent référence à l'engagement, plus fréquemment sous le nom de *personal involvement* ou de *psychological participation*. Cependant, au moment de fournir une définition claire de ce qu'est l'engagement, j'ai senti que cette notion me glissait entre les mains. Floue, riche, facettée, polyvalente : il était difficile de la saisir pleinement. Etant un des éléments au centre de cette étude, j'ai considéré qu'il était important d'en construire la mosaïque selon les apports des auteurs étudiés. Je me suis avancée également sur le terrain de la psychologie et de la psychologie sociale, mais je n'ai fait qu'ouvrir une boîte de Pandore. En effet, l'engagement est ici analysé selon ses trois composantes : affective, cognitive et comportementale. Bien que je m'étais laissée engager moi-même dans cette direction, j'ai bientôt compris qu'une perspective psychologique ne s'adaptait pas aux connaissances qui fondent cette recherche ni à ses besoins. Je suis donc retournée à « mes » auteurs, d'un penchant plus communicationnel, motivée à comprendre comment ils/elles jonglaient avec le concept sans trébucher. Je me suis rendue compte enfin que l'engagement est perçu plutôt comme une conséquence, un « après » de la réception. Il se décline sous de nombreuses formes, et chacune en indique la présence. Il ne se manifeste pas entièrement, car il change dans l'espace et dans le temps et ne s'exprime qu'à travers des facettes. Il serait plus approprié donc de parler de *formes* d'engagement et non pas d'engagement tout court, car il incarne ces formes, ces moments, ces manifestations. Je retracerai les formes que l'engagement prend dans les recherches de Liebes et Katz, Morley et Ang.

Un autre concept s'insère dans la discussion sur l'engagement au sein de l'étude de Ang : le réalisme émotionnel. Il faut considérer ce dernier comme un *moyen* qui permet la production d'un engagement pour des produits de fiction.

Comme il a été mentionné, l'engagement est une notion floue qui est difficilement définissable. De plus, il est utilisé de manière différente selon qu'il est envisagé en référence à différents domaines, comme la psychologie sociale, la médecine, la politique, l'économie, le domaine militaire, la littérature, etc.

En psychologie sociale, la notion d'engagement est notamment associée aux travaux de Kiesler (1971) dans les années 1960 et, plus récemment à ceux de Beauvois (1984) et de Beauvois et Joule (1981). Il désigne l'ensemble des conséquences d'un acte sur le comportement et les attitudes (Kiesler, 1971). L'engagement peut donc être interprété comme « le lien d'un individu à ses actes comportementaux » (Beauvois *et al.*, 1981 : 136). Ces études semblent mettre l'accent sur les actes que l'individu pose lorsqu'il éprouve de l'engagement envers l'objet de son attention, ou sur les actes qui génèrent eux-mêmes par la suite un sentiment d'engagement.

Cependant, il me semble que le type d'engagement que je veux analyser auprès des téléspectateurs d'émissions de télé-réalité concerne aussi la sphère des émotions et des sentiments. Selon Franchini (2004), l'engagement peut être conçu comme une participation émotionnelle dans le récit, qui implique une internalisation des personnages et de leurs vicissitudes. Cela permet de concevoir l'engagement comme un mécanisme qui s'active dans le processus de réception et qui permet au téléspectateur d'éprouver certaines émotions spécifiques à l'égard du contenu de l'émission.

1.2.1 L'engagement selon Liebes et Katz, Morley et Ang

Dans leurs recherches sur la réception de différentes émissions télévisées, Liebes et Katz, Morley et Ang ont repéré des formes d'engagement qui naissent auprès des téléspectateurs. D'après Liebes et Katz (1990), qui ont conduit leur étude sur les téléspectateurs de *Dallas*, la nature de l'engagement change selon le contexte social d'écoute et le lieu de la réception. Le premier dépend des aspects sociodémographiques et historico-culturels du téléspectateur ; le deuxième se compose des circonstances du visionnement lui-même. Les téléspectateurs accordent différents niveaux d'attention pendant leur expérience d'écoute, car la réception est conditionnée par le contexte. En

outre, la vie sociale et personnelle des téléspectateurs participe à la réception et en est en même temps influencée. En effet, les discours prononcés autour de certains contenus médiatiques peuvent modeler l'identité, affecter les relations sociales, imposer des sujets de discussion et former les consciences des téléspectateurs.

Dans la recherche de Morley (1980, 1986), l'engagement est aussi analysé sous une perspective sociale comme étant le produit des discours qui se créent autour des contenus médiatiques. Les commentaires sur les émissions télévisées peuvent stimuler l'esprit critique du téléspectateur et, en même temps, être un soutien pour son engagement. En fait, au lieu de nuire au plaisir en empêchant l'identification, ces discussions semblent en faire partie. C'est-à-dire que les interactions entre téléspectateurs mêlent le flux de la télévision à celui de la vie de tous les jours et aident l'intégration de certains contenus aux expériences personnelles. Dans son étude sur la place de la télévision dans la vie familiale, Morley a aussi remarqué comment se négocient les rôles à l'intérieur de la famille pour le contrôle de la télécommande. Regarder la télévision est donc une activité sociale qui est conduite dans le contexte familial comme dans un réseau de relations sociales, et ce n'est jamais une activité isolée. Le groupe de téléspectateurs joue un rôle d'intermédiaire avec le programme et ses contenus. En effet, il existe un écart entre les préférences déclarées par les téléspectateurs et ce qu'ils regardent réellement : la réception individuelle subit toujours l'effet qui provient de la présence des autres. Or, le téléspectateur ressent le besoin de négocier sur la scène sociale ses préférences personnelles avec ce qui est socialement accepté. Parfois les jugements des autres ont un effet de stigmatisation sur les contenus médiatiques, car ils produisent une discrimination entre ce qui est convenable pour une bonne conduite dans la société et ce qui, au contraire, ne l'est pas. L'engagement envers un produit médiatique est donc constamment négocié avec l'image que les autres se font de ce produit.

Selon l'étude de Ang (1985), dans un cadre narratif les personnages sont le premier véhicule de l'engagement, et cet engagement a des fondements psychologiques. En fait, certains discours peuvent effleurer des cordes intérieures de sentiments et induire une certaine implication psychologique chez le récepteur ou simplement une attitude définie

envers le texte : « *The structure of the discourse which sustains the serial produces the participation as well as the psychological attitude.* » (Idem : 28)

L'engagement dérive donc de la possibilité du téléspectateur de participer au monde de la fiction. Il est impossible de regarder une série télévisée sans un moindre degré d'engagement. Suivre une émission comme *Dallas*, au cœur de l'étude de Ang, où les personnages jouent un rôle central, est beaucoup plus que simplement la *regarder* : c'est aussi se laisser transporter dans l'histoire, être tenu par le suspens, partager les émotions de personnages, discuter des motivations qui ont conduit leurs actions, décider si ils ont raison ou tort. Pour cela, on ne se reconnaît pas dans un seul personnage. Chaque personnage est porteur de différentes facettes de caractère. C'est seulement dans sa relation avec les autres et dans son rôle dans l'histoire que sa personnalité peut ressortir. Donc, dans le cadre d'une série ou d'une structure narrative en général, le récepteur peut se reconnaître dans un ou plusieurs personnages. La façon de jouer des acteurs « comme dans la vraie vie »⁷ réduit la distance entre le téléspectateur et le personnage, et crée ainsi l'illusion de regarder des « vraies personnes ». Le personnage devient, aux yeux du téléspectateur, une personne qui existe indépendamment du contexte narratif dans lequel elle joue. Etre capable d'imaginer ces personnages comme de « vraies personnes » crée alors cette pré-condition pour l'engagement du récepteur : le téléspectateur se réfère à ces personnages comme à des personnes de sa vie quotidienne. En outre, plus un personnage est perçu comme spontané et authentique, plus il sera scruté par le public qui essaye d'en pénétrer l'« essence ». Au contraire, les personnages qui sont perçus comme plus caricaturés ou improbables n'obtiennent pas la même attention. Les téléspectateurs ont tendance à les considérer et à les juger seulement lorsqu'ils les perçoivent comme sincères⁸.

Ces observations, qu'Ang a faites au cours de son étude sur les téléspectateurs de l'émission américaine *Dallas*, se réfèrent seulement aux répondants qui se décrivent

⁷ Dans le texte : « *lifelike* » (Ang, 1985: 31)

⁸ Comme nous le verrons dans la section dédiée à la télé-réalité, Hill (2005) avance que les téléspectateurs qui perçoivent les personnages comme étant « vrais », « réels », « authentiques », ont tendance à se laisser plus transporter, et donc à adopter une lecture plus engagée.

comme des admirateurs, qu'elle nomme des « *fans* »⁹. Pour les non-fans, au contraire, émerge une tendance inverse, qui implique le maintien d'une distance critique envers les histoires et les personnages du récit. Plusieurs d'entre eux en notent le caractère irréel, qui donne une image déformée de la réalité. Au contraire, il est intéressant de remarquer comment les fans se rapprochent des personnages par une proximité affective et les considèrent comme des « *psychologically believable characters* » (Idem : 30)¹⁰.

1.2.2 Le réalisme émotionnel

Ang a remarqué que la véracité du message passe au second plan dans l'importance accordée par les téléspectateurs à la réception. En effet, ils attribuent une valeur secondaire au fait que les événements et les personnages présentés soient le fruit d'une fiction, d'une construction télévisuelle. De ce fait, l'effet de réalisme n'en est pas atteint. La condition pour qu'il y ait une appropriation des contenus du programme, est que ces derniers soient perçus comme *réels* par le téléspectateur. Bien que le téléspectateur ait conscience qu'il s'agit de fiction, en raison de cet effet de réalisme, il compare les messages particuliers à sa propre expérience. En fait, les situations et les histoires présentées sont perçues comme des représentations symboliques des expériences de vie en général. Le téléspectateur vit donc une expérience de réalisme, qui provient de sa vision subjective du monde et non de la connaissance objective qu'il en a. Il fait donc référence à sa *structure de sentiments* – « *structure of feelings* » (Idem : 45) – plutôt qu'à son savoir. Ce mécanisme de réception, qui permet au lecteur de transposer des contenus médiatiques de fiction dans sa vie privée, est favorisé par un certain réalisme émotionnel. On peut le définir comme « une action cathartique instinctive et spontanée qui répond aux émotions évoquées par les personnages et non au réalisme du scénario » (Paulino, 2005 : 47). Cela permet au téléspectateur d'intégrer des éléments de la fiction

⁹ Je ne m'attarderai pas sur la définition de « fans », qui en français est traduite par « admirateurs ». Ce concept a été au centre de nombreuses recherches anglophones sous le nom *Fan Studies*, dont les bien connues du chercheur américain Henry Jenkins – je renvoie à son site internet : « *Confessions of an Aca-Fan* » sur <http://henryjenkins.org>.

¹⁰ C'est-à-dire, des personnages psychologiquement crédibles. Cependant, les téléspectateurs sont bien conscients de regarder un monde de fiction. Or, l'illusion de 'réalité' n'est pas totale. En outre, ce monde de fiction n'est pas accepté sans critique : la majorité des téléspectateurs savent qu'il s'agit d'une construction télévisuelle.

télévisuelle à son expérience. De plus, le réalisme émotionnel permet une comparaison active et une mise en discussion des contenus de l'émission. Bien qu'il soit conscient qu'il s'agit d'une construction fantastique du récit et des personnages, le récepteur peut en même temps se sentir engagé émotionnellement dans l'histoire. En fait, être capable d'imaginer les personnages comme des vraies personnes est une condition nécessaire pour l'engagement des téléspectateurs.

Ce mécanisme a été repris, entre autre, au cours des recherches de Hermes (1995), de Stempel Mumford (1995) et de Hill (2005)¹¹, et se révèle fondamental au sein de ce mémoire sur la réception et l'engagement produit par la télé-réalité. Son importance se reflétera mieux lors de la présentation de la problématique de recherche. Dans la partie suivante, j'introduirai une autre dimension centrale à ce mémoire, celle du quotidien.

1.3 L'émergence du quotidien

Ce que j'entends par quotidien est l'ensemble des actions, des événements, des habitudes et des obligations qui constituent la vie de tous les jours de chacun. Cet ensemble comprend aussi le travail de la pensée et de la sphère émotive, sous-jacents à toute action. Le quotidien déploie un caractère qui est, d'un côté, routinier et trivial et, de l'autre, spontané et authentique.

1.3.1 Une consommation routinière

Le monde médiatique n'inclut pas seulement les médias, mais aussi tous les actes intentionnels ou non, qui sont de près ou de loin liés aux médias (Bausinger, 1984). L'organisation de la vie de tous les jours est, en fait, fortement influencée par la présence des médias (Hermes, 1993). Les pratiques de consommation médiatique

¹¹ Dans son travail elle fait référence à l'engagement sous le nom d'investissement personnel : « *Investment of the self* » (Hill, 2005 : 89).

peuvent être comprises seulement à travers le contexte social et le vécu des individus. Toute recherche qui se propose d'enquêter sur la consommation médiatique doit alors considérer certains aspects essentiels de la vie de tous les jours des récepteurs afin de reproduire leurs habitudes réelles. De plus, pour conduire une étude complète sur l'usage d'un produit médiatique, il est nécessaire de considérer l'ensemble des médias qui sont présents dans la vie de tous les jours des récepteurs. Comme le dit Bausinger (1984 : 349) : « *The media are an integral part of the way the everyday is conducted. [...] The degree of attention depends on the time of day, on moods, the media message competes with other messages* ».

Les comportements médiatiques des récepteurs s'intègrent aux activités routinières. Donc, au lieu d'être livré exclusivement par le contenu de ces textes, le sens résulte aussi de la place que ces textes ont acquise dans le rythme des journées et dans les habitudes des lecteurs. En effet, le texte médiatique ne produit pas seulement de sens pour son contenu, mais plutôt comme étant un élément intégré dans l'organisation de la vie de tous les jours (Hermes, 1995). Le quotidien est le terrain où se produisent les interprétations des textes et où se manifeste le plaisir de l'écoute.

Plusieurs recherches des vingt dernières années, dont certaines citées précédemment, ont développé l'image d'un lecteur tout puissant (Ang, 1991, 1996). Ce dernier a souvent été considéré comme étant à la recherche attentive et obsessive de sens dans les médias. En effet, les auditoires sur lesquels se fondaient ces recherches étaient souvent des auditoires de fans. Les lecteurs et les téléspectateurs assidus ont donc été confondus avec les lecteurs et les téléspectateurs moyens. Cette attention que le lecteur déploie et qui lui permet d'intégrer son expérience de vie à la réception, peut à l'occasion se transformer en véritable résistance aux contenus du texte médiatique (Hermes, 1995).

La chercheuse Joke Hermes (1995, 2005)¹² adopte une approche critique envers ces recherches fondées sur le modèle texte-lecteur qui décrivent un récepteur incessamment

¹² L'auteure de *Reading women's magazines* (1995) a conduit une recherche sur une cinquantaine de lecteurs et de lectrices de magazines féminins, en Hollande et en Angleterre, et a analysé l'intégration de ces textes au quotidien des participants, ainsi que le plaisir lié à leur consommation.

engagé dans une lecture attentive, exclusive, toujours orientée vers la recherche du sens. Hermes suggère de rendre aux lecteurs la possibilité d'être distraits, peu engagés et routiniers dans leur consommation médiatique. Selon Hall (dans Hermes, 1993), en tant que récepteurs nous sommes capables de déployer différents niveaux et modes d'attention, de mobiliser des attitudes variables dans nos moments d'écoute. Il faut donc laisser émerger l'usage que les téléspectateurs font de ces émissions, sans concevoir *a priori* de cadres déterministes de production de sens. Le chercheur doit maintenir une ouverture d'esprit qui lui permet de saisir les pratiques d'écoute particulières. Cette ouverture porte en soi le bénéfice de ne pas imposer de limites aux usages que les individus font du produit médiatique.

Au moment d'analyser son terrain de recherche, Hermes (1995) s'est rendue compte que les interviewés ne semblaient pas accorder à ces textes une importance particulière. La chercheuse s'est aperçue que, parfois, ses répondants n'avaient pas grand chose à dire à propos de leur lecture des magazines et que leurs discours étaient peu consistants ou parfois même contradictoires¹³. Nous nous engageons tous, à un moment donné, dans des usages des médias qui ne produisent aucun sens. Ce manque de sens, au lieu d'être interprété par Hermes comme une imperfection dans sa recherche, se révèle en réalité une composante importante de la réception. En effet, même si les lecteurs reconnaissent les codes du texte et peuvent lui accorder des significations particulières, il ne se produit pas nécessairement d'engagement ni de production d'un sens général du texte. En fait, les usages des médias sont, en majorité, routiniers et insignifiants (Idem). Regarder la télévision et lire des magazines peuvent avoir le caractère rassurant d'activités coutumières, qui n'imposent pas de concentration particulière.

Selon Bausinger (1984) et Hermes (1995), cette émergence du quotidien est incontournable si l'on veut appréhender la consommation médiatique véritable. Celui-ci se compose donc de routines, d'actions, d'obligations et d'événements plus ou moins anodins qui surgissent dans la vie de tous les jours. Même si c'est un pléonasme de le souligner, son caractère est authentique et spontané. En outre, tous les quotidiens sont

¹³ Dans le texte : « *fallacy of meaningfulness* » (Hermes, 1995: 16).

différents, car les actions sous-entendent aussi des émotions, des perceptions personnelles, des expériences de vie qui sont différentes de personne à personne.

La recherche que je propose se construit autour des téléspectateurs d'un genre télévisuel particulier, soit la télé-réalité. Saisir leurs expériences et pratiques d'écoute personnelles est donc indispensable pour reproduire un cadre fidèle de leur réception. En outre, le quotidien fait aussi partie du contenu de ces émissions qui se proposent de représenter la vie de tous les jours, comme nous le verrons dans la section suivante. Il ne serait donc pas seulement question de révéler les usages propres à chaque téléspectateur, indissociables de leur quotidien, mais aussi de considérer que le contenu du texte (et de la réception) se compose de plusieurs manifestations de quotidienneté.

1.4 Télé-réalité : quelle télévision ?

Retracer l'histoire de la télé-réalité et lui donner une définition précise est une tâche difficile. Il s'agit en fait d'un genre télévisuel de grand succès qui a eu d'importants échos médiatiques¹⁴ et qui a produit une grande mobilisation de la critique mondiale, plus souvent scandalisée et indignée que favorable à sa popularité (Dupont, 2007). Les émissions qui sont désignées sous cette appellation sont nombreuses et assez différentes les unes des autres. Je commencerai par exposer l'évolution de ces programmes au fil des années et citer certaines émissions qui se sont développées tout autour du globe. Ensuite, en prenant l'exemple de l'émission populaire *Big Brother* et grâce à l'apport de nombreux auteurs, j'en fournirai les traits saillants et j'esquisserai un portrait général de la télé-réalité.

¹⁴ Journaux, magazines, chaînes radiophoniques et télévisuelles de tous les pays où la télé-réalité est apparue, ont dédié beaucoup d'espace aux nouvelles et à la critique des contenus de ces émissions.

1.4.1 L'histoire de la télé-réalité

Selon Dupont (2007), l'histoire de ce genre télévisuel se développe en trois générations : la première dans les années 1980, la deuxième dans les années 1990 et la dernière à partir de 1997, avec la diffusion de l'émission *Big Brother* dans plus de 70 pays. Ces programmes se sont en fait multipliés dans l'espace de quelques années, car ils recueillaient un succès démesuré auprès des publics des différentes nations, à des coûts de production restreints pour les chaînes télévisées.

Nous pouvons repérer les premières expériences de télé-réalité déjà dans les années 1970 aux États-Unis¹⁵. Cette génération se focalisait sur les témoignages et les reconstitutions d'événements avec la participation d'acteurs amateurs, pour des programmes à mi-chemin entre information, divertissement et documentaire. Ensuite, à partir de la fin des années quatre-vingt, les gens « ordinaires »¹⁶ ont commencé à participer comme protagonistes de différentes émissions, dont le nouveau-né *Big Brother*. Mais la diffusion télévisuelle des jeux a produit une troisième génération de la télé-réalité, qui remonte à la fin des années quatre-vingt-dix. Dans ce cas, pour certains programmes on utilise de nouveau des équipes d'acteurs non-professionnels dans des émissions construites avec des coupures et des montages.

Entretiens l'émission anglaise *Survivor* (adaptée au Québec sous le titre de *Île de la Tentation*), l'hollandaise *Big Brother (Loft Story)* et l'américaine *The Bachelor (Occupation Double)* ont fait le tour du monde. Le principe de ces programmes – le premier a lieu sur une île exotique et les autres dans des maisons – est de filmer sans arrêt, « 24/7 »¹⁷, une vingtaine de personnes qui doivent cohabiter et affronter des épreuves. Chaque concurrent est en compétition avec les autres concurrents afin de devenir le gagnant de la saison en cours. D'autres émissions du même genre se sont développées par la suite, et en particulier *Popstars*, émission néozélandaise qui a été

¹⁵ Cependant c'est l'émission américaine *Candid Camera* qui, à la fin des années quarante, a commencé à observer des gens « ordinaires » à leur insu en les plaçant dans des situations embarrassantes.

¹⁶ Le terme de personne ordinaire renvoie ici à la population en général et n'a aucune connotation morale. Je me sers de cet attribut entre autres pour faire la distinction avec les personnalités des médias, mais surtout parce que le terme renvoie à tous et chacun. Or, c'est un des objectifs de la télé-réalité, que de vouloir montrer à l'écran non des vedettes mais des « Monsieur et Madame Tout Le Monde ».

¹⁷ Abréviation souvent utilisée dans la description de ces programmes, et qui signifie « 24 heures sur 24 et 7 jours sur 7 ».

adaptée en Angleterre en *Pop Idol* et aux États-Unis en *Fame Academy*¹⁸, *America's Next Top Model* et *American Idol*, au Canada *Canada's Next Top Model* et *Canadian Idol*. Selon Dupont (2007), ces programmes se veulent être des « écoles de show-business », où se donnent des cours de chant, de danse, de récitation ou de mannequinat, toujours sous l'œil des caméras. Les entraînements et les compétitions des participants, ainsi que leurs moments de détresse et de détente, sont tous exposés (Reijnders, Rooijakkers & Van Zoonen, 2005).

Dernièrement la télé-réalité s'est orientée vers un nouveau genre, qui se propose de montrer les « vraies » expériences de vie, comme *Wife Swap* (en Angleterre sur Channel 4), *Take My Mother-In-Law* et *Holiday Showdown* (pour ITV), *Le Grand Ménage* (au Québec sur CanalVie). On aperçoit de plus en plus la technique « caméra à l'épaule » et le manque total de scénario : les personnes ne rentrent plus dans les studios de télévision (Dupont, 2007). Ils sont, en fait, encouragés à relever des défis imposés par l'émission, comme meubler ou construire leur maison (par exemple les émissions québécoises *Ma Maison Rona* et *Décore Ta Vie*), à améliorer leur aspect physique (*Métamorphose*), à changer de domicile et de famille pendant un certain laps de temps, à aller en vacance dans des lieux exotiques, etc.

1.4.2 Interactivité

La télé-réalité a développé des structures de participation de l'auditoire qui venaient de shows plus anciens, où les spectateurs étaient sollicités à appeler le programme pour donner leur avis. En outre l'expérience de l'auditoire contemporain devient de plus en plus multidimensionnelle grâce, par exemple, à la diffusion des SMS, d'Internet, de la téléphonie mobile et de la télévision interactive (Beyer, Enli, Maasø et Ytreberg, 2007 ; Schrøder, 2003). Le contexte médiatique actuel favorise donc l'utilisation de plusieurs médias pour intervenir en temps réel dans une émission télévisée. Ces moyens de communication sont devenus d'importants véhicules de feedback pour les

¹⁸ Tandis que dans les pays francophones l'émission est mieux connue sous le nom de *Star Académie*.

télespectateurs. Plusieurs émissions de télé-réalité ont fait de l'interactivité une caractéristique essentielle du texte (Tincknell et Raghuram, 2004). Le public peut se joindre aux débats, envoyer des messages à l'émission en temps réel et surtout il a le pouvoir de veto sur la future participation des candidats au programme. Le public a donc la possibilité de faire plus que seulement répondre au texte : il peut le changer (Holmes, 2002, 2004 ; Jones, 2004). Ces interactions lui permettent de participer activement au processus de production du texte (Andrejevic, 2002).

En effet, récemment, la réception des téléspectateurs a été repensée comme étant devenue *interactive* (ce qui est considéré comme un avancement depuis la réception *active*), et ce aussi grâce à la diffusion des émissions de télé-réalité (Livingstone, 2005). Ces nouveaux genres télévisuels et les nouvelles technologies de communication ont bouleversé le panorama médiatique. Les programmes de télé-réalité, les talkshows, l'insertion d'Internet, la diffusion de la téléphonie mobile et de la technologie peer-to-peer (l'échange de fichiers informatiques sur Internet entre inconnus), font tous partie d'une nouvelle manière de concevoir la relation qui se crée entre auditoire et média (Ross et Nightingale, 2003). La production du sens d'un programme télévisuel se déplace donc vers cette interactivité qui donne la possibilité au lecteur de se mêler au texte et d'en influencer le sens (Livingstone, 2002).

1.4.3 Performance

Selon Abercrombie et Longhurst (1998), l'intrusion des médias dans notre vie de tous les jours a participé à influencer notre perception des événements. En raison de cette « médiatisation de l'ordinaire », nous pouvons avoir l'impression que tout événement du quotidien, grand ou petit, est susceptible d'apparaître dans les médias. La télé-réalité est un exemple *ad hoc* de cette médiatisation du banal, car ce genre d'émissions promeut l'exposition de l'ordinaire et du quotidien. Cette simulation du réel est aussi définie comme « performance » du réel (Abercrombie *et al.*, 1998 ; Couldry, 2005). La réalité – et, plus précisément, l'ordinaire et le quotidien – est en fait *performée* à l'intérieur d'un construit médiatique pour les fins d'une émission télévisée.

Dans le format de la télé-réalité, la performance prend une double forme. D'un côté, elle se présente sous la forme de « médiatisation de la réalité », soit une reproduction de l'ordinaire, de l'authentique et du 'vrai' : les actions quotidiennes des participants, leurs comportements et personnalités et les relations qui se tissent entre eux sont tous exposés aux caméras. La vie de tous les jours est donc *performée*¹⁹ à l'écran. De l'autre côté, la télé-réalité nous montre les stratégies relationnelles que les participants adoptent pour ajuster leur propre image et protéger leur *face* (Goffman, 1973, 1974), prenant aussi le nom de *performances*.

Ce deuxième aspect découle directement des théories d'Erving Goffman (1973). Selon le sociologue, la vie sociale est une *scène*, c'est-à-dire un espace où se déroule la représentation du quotidien, avec ses acteurs, son public et ses coulisses. L'individu est donc un acteur social, qui peut jouer plusieurs rôles – tous également « vrais » – en mobilisant différentes *façades*, dont le décor, les signes, les habits, les mimiques, le sexe, les gestes, etc. L'acteur se met en scène, offrant à son public une image de lui qu'il ajuste selon le contexte. Cela signifie que nous sommes toujours en train de faire une performance, sur différents plateaux, à différents auditoires. C'est une activité qui mène la personne à accentuer son comportement et son attitude sous le regard des autres pour sortir de la situation avec la meilleure *face* – pour donner donc la meilleure impression.

La présentation de Soi dans la vie de tous les jours est utile pour comprendre comment la télé-réalité met en scène ces comportements interpersonnels (Hill, 2002). En effet, la télé-réalité permet aux téléspectateurs de porter des jugements sur les attitudes et les conduites des participants. Ces émissions peuvent être considérées comme des vitrines sur la nature humaine (Corner, 2002). Performance et spontanéité sont en fait des concepts constamment négociés dans l'écoute de ces émissions (Hill, 2005).

La performance est un concept utilisé en différents domaines d'étude, qui a ses origines dans les spectacles théâtraux de la Grèce antique (Culler, 2000). Cela implique la formation d'une relation interactive entre le public et l'acteur (Abercrombie *et al.*, 1998).

¹⁹ Adaptation française du verbe anglais *to perform*, soit « faire une performance ». J'utilise cet anglicisme pour véhiculer dans un seul mot plusieurs actions qu'y sont contenues, comme : jouer un rôle, exécuter une action, produire une impression.

En effet, l'acteur ne *performerait* pas de la même manière s'il était seul ou si son public était différent. Cette relation de dépendance entre un acteur et son public (ou, plus en général, entre un individu et ses interlocuteurs) se manifeste aussi dans les événements de la vie de tous les jours, comme les interactions, les salutations, l'exposition des émotions, les scènes de ménage, les rôles professionnels, etc. (Abercrombie *et al.*, 1998). La performance orchestre en fait tous ces moments.

1.4.4 Authenticité

L'authenticité est un concept qui revient souvent dans la littérature sur la télé-réalité. Tout comme l'engagement, l'authenticité aussi est difficile à définir, car il s'agit d'une perception personnelle et versatile. Chacun utilise des paramètres différents pour repérer ce qui est authentique et ce jugement peut se modifier dans le temps. De plus, lorsqu'on fait référence à des produits médiatiques tels que des émissions télévisées, utiliser un descriptif comme *authentique* peut devenir un terrain glissant (Aslama et Pantti, 2006). En effet, si décrire l'*authenticité* est déjà hardi de par sa complexité, l'expliquer en association avec un produit médiatique devient encore plus compliqué.

Ce terme acquiert des déclinaisons particulières selon le contexte où il apparaît. À cause de sa versatilité et afin de saisir sa sémantique et en ébaucher une définition générale, j'ai dû me servir du vocabulaire. Selon le dictionnaire des synonymes et des antonymes Dupuis et Légaré (1992), tout ce qui est authentique est aussi vrai, sincère, spontané et fidèle et, par antonymie, n'est pas faux, imaginaire, inexistant ou artificiel. Comme nous le rappelle l'étymologie, le mot authentique désigne une qualité intrinsèque telle qu'elle confère autorité aux personnes et aux objets qui la possèdent. En droit, un acte authentique est un acte qui fait autorité. Dans le même esprit, on parle des pièces authentiques d'une collection, ou d'un titre authentique de noblesse.

La littérature qui explore la télé-réalité, cependant, utilise fréquemment ce terme surtout en faisant référence aux personnes « ordinaires » qui peuplent ces programmes. « Ordinaire » devient souvent, en ce contexte, synonyme d'authentique. Comme on l'a vu, je qualifie d'ordinaire tout ce qui compose le *quotidien*, c'est-à-dire les actions, les

habitudes, les obligations qu'on a et les personnes qui peuplent la vie de tous les jours de chacun. Dans ce mémoire, je considère la perception d'authenticité en faisant donc référence au quotidien. J'entends par authentique, la vie de tous les jours et ses événements, les gestes et les personnes qui participent à notre quotidien, parce qu'ils ne sont pas imaginaires ou médiatiques.

Si l'on revient à l'objet d'intérêt de ce mémoire, c'est-à-dire la télé-réalité, Annette Hill (2005) est la chercheuse qui a fourni la définition la plus ciblée de l'authenticité vis-à-vis de ce texte médiatique. Hill (2005) affirme, de façon un peu essentialiste, qu'une personne « ordinaire » dans *Loft Story*²⁰ est souvent perçue comme authentique si elle est considérée comme fidèle à « elle-même ». Pour Hill une personne authentique apparaît donc comme fidèle à une vérité profonde d'elle-même : « *true to the essence of something, to a revealed truth, a deeply held sentiment* » (Idem : 74). En effet, les participants apparaissent par moments comme surpris dans leur intimité, dans des gestes et des émotions qui reflètent un abandon de leur *face*. Je rappelle qu'une composante importante de l'intérêt envers ce genre d'émissions se construit autour de la révélation des personnalités. En outre, les personnes « ordinaires » sont choisies pour ce programme précisément parce qu'elles sont – et qu'elles doivent être – « ordinaires » (Holmes, 2004). Selon Hill (2005), les téléspectateurs peuvent être en désaccord lorsqu'ils doivent identifier des moments d'authenticité, à cause de la nature personnelle et contextuelle de cette perception. Ils ont pourtant tendance à repérer des éléments d'authenticité lorsque les participants de ces émissions font face à des situations émotionnellement difficiles, des drames privés ou des disputes. C'est alors, en fait, que ces concurrents semblent révéler plus facilement leur propre nature (Hill, 2004).

C'est donc la révélation de leur nature humaine, des sentiments profonds, qui est le véhicule de cette perception d'authenticité dans la télé-réalité. Le récepteur juge de l'authenticité sans raisonner, par intuition. Il éprouve un sentiment de plaisir ou de contrariété et son jugement traduit ce sentiment. Il a une attente analogue à l'égard de toutes les personnes qu'il rencontre et de toutes les situations dans lesquelles il se trouve au quotidien. L'authenticité dans le contexte de la télé-réalité est donc strictement liée à

²⁰ Dans son étude, il s'agit plutôt de *Big Brother*.

la perception d'une nature humaine et d'un système de sentiments qui sont connus par le récepteur, dans la mesure où ils sont consonants à l'image intérieure qu'il s'est fait des participants.

Cette perception d'authenticité dans un produit télévisuel peut avoir des répercussions sur la façon dont les récepteurs s'emparent du texte. Toujours selon Hill (2005), les téléspectateurs qui perçoivent les personnages télévisés comme réels et authentiques ont tendance à être plus affectés par ces derniers, à se sentir plus engagés dans leurs drames et vicissitudes. Ainsi les émissions de télé-réalité qui prétendent représenter l'authentique sur l'écran, peuvent produire une implication émotionnelle sur le récepteur plus grande que celle produite par des émissions avec un scénario préétabli²¹ (Zurbriggen et Morgan, 2006). La télé-réalité se développe autour d'une ambition de représenter le quotidien et l'authentique. Son écoute se prête donc à un investissement personnel du téléspectateur qui se différencie de celui produit par d'autres genres télévisuels (Lewis, 2004 ; Hill, 2005). Certains chercheurs avancent même que regarder la télé-réalité peut induire une autoréflexion, car les histoires personnelles présentées sur l'écran sont intériorisées par les téléspectateurs, qui ont la possibilité d'explorer la nature et les relations humaines (Gauntlett, 2002 ; Hill, 2002). Si, en fait, le support télévisuel est un véhicule hautement artificiel il peut être transparent lorsqu'il permet au téléspectateur d'y projeter ses valeurs, ses croyances et les rites de son milieu (Hartley, 2004).

Selon Mehl (2003, 2007), les récepteurs sont amenés à osciller entre deux sentiments opposés, de distance et de connivence. *Distance* pour ceux qui doutent de l'authenticité des participants, qui peuvent avoir été instruits pour les fins de l'émission, *connivence* pour ceux qui reconnaissent dans leur comportement des manifestations de sincérité. Mais ces deux sentiments peuvent aussi cohabiter auprès du téléspectateur, dans le moment du démêlement de l'ambiguïté entre réalité et fiction. En fait, selon plusieurs auteurs (Lewis, 2004 ; Hill, 2005 ; Holmes, 2004 ; Clark, 2002), les téléspectateurs négocient constamment les contenus de la télé-réalité, partagés entre les perceptions

²¹ Comme des soaps, des téléseries et des films.

d'authenticité et d'artificialité. Comme nous allons le voir de façon approfondie, la négociation constante du contenu fait partie du plaisir de regarder ces émissions.

1.4.5 Loft Story : un genre télévisé source de débats

J'ai choisi de me concentrer surtout sur l'émission *Loft Story*²², qui est devenue l'emblème de la télé-réalité au monde. Inspirée du fameux roman de George Orwell, *1984*, qui imagine une société obsédée par la surveillance – référence évidente au regard permanent des caméras sur les participants – cette émission a connu un succès formidable dans le monde entier. Le concept de l'émission est très simple et se répète de saison en saison. Un groupe d'inconnus vivent pendant une période maximale de 2 mois dans un environnement cloîtré et sont filmés par des caméras 24 heures sur 24, 7 jours par semaine²³.

Loft Story (et *Big Brother* en général) a souvent été sanctionnée par la critique comme étant l'autel de la déviance moderne du voyeurisme (Calvert, 2000 ; Drøtner, 1992 ; Jagodozinki, 2003 ; Mehl, 2003 ; Pecora, 2002 ; Roscoe, 2001). Selon le dictionnaire Larousse (1997), *voyeurisme* est un terme né en psychiatrie et utilisé pour décrire « une déviation sexuelle dans laquelle le plaisir est obtenu par la vision dérobée de scènes érotiques ». Le voyeur est ainsi une personne qui aime regarder, observer, en se tenant à l'écart. En effet, au cours de l'émission, il est possible d'assister à plusieurs reprises aux rapprochements intimes, aux baisers échangés dans le sauna ou aux mains baladeuses dans la mousse du jacuzzi. Une autre critique souvent portée à ces émissions concerne la condamnation des performances d'exhibitionnisme de la part des participants à l'émission. Ces derniers seraient impliqués dans des attitudes ostentatoires et perverses de dévoilement de leur intimité (Frau-Meigs, 2003 ; Jost, 2003 ; Pecora, 2002 ; Roscoe, 2001).

²² Cette émission est diffusée dans le monde sous l'appellation de *Big Brother*, traduite dans les différentes langues. Au Québec, comme en France, le programme prend le nom de *Loft Story* et son adaptation se veut conforme en tous points à *Big Brother*. Dorénavant, en fait, je vais faire référence à l'émission par son appellation québécoise.

²³ Comme l'émission représente le terrain de recherche de ce mémoire, je renvoie le lecteur au chapitre méthodologique pour une description plus détaillée. Il trouvera aussi la description de l'émission québécoise *Occupation Double*.

Plusieurs chercheurs soutiennent que les téléspectateurs prennent plaisir à regarder des gens « ordinaires » à la télévision (Roscoe, 2001 ; Van Zoonen, 2004). Ce plaisir naît du fait que les participants et les gestes qu'ils posent sont justement *ordinaires* et donc banals, triviaux et accessibles (Beaucher, 2004 ; Barnfield, 2002). En effet, la dénonciation de voyeurisme est souvent associée par la critique à une curiosité malsaine des téléspectateurs envers les situations difficiles et les épreuves embarrassantes vécues par les participants. Ce plaisir dépravé (Pecora, 2002) se nourrit plus souvent des malheurs des autres que de leur bonheur. Malgré le caractère « ordinaire » des concurrents, leur simple participation à une émission télévisée nous fait douter de leur attitude sincère et spontanée. Le soupçon de fiction est très fort au sein du public. S'agit-il de réalité ou de fiction ? Le téléspectateur oscille entre ces deux pôles (Hill, 2005 ; Lewis, 2004 ; Roscoe, 2001).

Le public peut aussi développer un intérêt pour le processus de transformation d'une personne commune à une célébrité (Holmes, 2002 ; Couldry, 2002). Cette transition de « Monsieur Tout-Le-Monde » à vedette est un aspect sur lequel se basent de nombreuses émissions de télé-réalité (comme *Star Académie*, *Fame*, *American Next Top Model* et *Canadian/American Idol*²⁴). C'est une promesse de célébrité facile qui attire ces jeunes concurrents, aspirant à une place dans l'Olympe des vedettes (Couldry, 2002).

Un aspect n'en écarte pas un autre et il se peut que tous ces éléments cohabitent dans l'esprit du téléspectateur. Je propose de dépasser cette tendance à la dénonciation de la télé-réalité pour approfondir les raisons qui justifient sa grande popularité.

1.4.6 Loft Story : les caractéristiques distinctives

Parmi tous les aspects qui définissent *Loft Story*, Nick Couldry (2002) en a isolé trois en particulier qui lui ont permis de la différencier des autres émissions télévisées. Ces

²⁴ Ces émissions se basent sur le développement artistique de jeunes chanteurs, acteurs ou danseurs qui s'entraînent et soutiennent des épreuves sous le regard intrusif des caméras. Souvent les participants s'exhibent sur scène comme des vraies étoiles du *star system*, dans le but d'attirer l'attention des dénicheurs de vedettes et des compagnies de production à la recherche de nouveaux talents (Reijnders *et al.*, 2005).

caractéristique sont : l'évènement *live*, le rapport de la sphère des médias avec l'homme et la femme « ordinaires » et la tension entre la fiction et la réalité.

En premier lieu, l'émission est construite comme un évènement médiatique *en direct*. Les téléspectateurs peuvent regarder le programme, mais ils peuvent aussi y participer à travers leurs décisions – notamment le vote. Comme on l'a vu, l'émission leur donne la possibilité d'interagir avec le contenu. C'est ce qu'on appelle précisément le principe du *direct* (Couldry, 2002 ; Roscoe, 2001). La couverture médiatique faite par d'autres émissions télévisuelles ou radiophoniques, par les magazines et par les sites Internet, ont aussi aidé *Loft Story* à devenir un évènement médiatique. Ils ont, en fait, saturé le marché des potins sur le programme. Pendant la grande soirée hebdomadaire de l'émission, psychologues et spécialistes des médias interviennent en direct pour porter leurs jugements sur les participants et sur leurs relations et ils analysent les comportements et les personnalités à l'aide des interventions des téléspectateurs. Cela contribue à donner l'impression d'être en temps réel (Couldry, 2002 ; Roscoe, 2001). En outre, la présence des psychologues confirme la volonté des producteurs de révéler la nature humaine des seize participants (Couldry, 2002).

Le principe de l'émission n'est pas seulement de montrer ce qui se passe dans la maison, mais aussi de mettre en scène les relations entre les participants. Le programme se développe autour de leurs personnalités, de leurs interactions et, comme on l'a vu, de leurs performances (Roscoe, 2001). Les participants doivent se faire aimer par le groupe pour éviter de sortir de la maison et en même temps, ils doivent jouer pour se distinguer des autres. Selon Corner (2002), à travers la télé-réalité, la télévision s'est appropriée l'être « ordinaire » et l'a médiatisé, le but étant de captiver les téléspectateurs à travers la révélation de l'humanité de personnes comme eux. Cette transition de personne « ordinaire » – « *nonmedia person* » – à célébrité – « *media person* » (Couldry, 2002 : 289) – est aussi une façon pour regarder de plus près les limites entre la célébrité et la « normalité ». Bien qu'ils soient suivis dans leurs actes quotidiens, les concurrents sont aussi des personnages médiatiques (Segre, 2006). Cette frontière est donc constamment négociée par les téléspectateurs.

Enfin, la troisième caractéristique distinctive de la télé-réalité apportée par Couldry (2002) et partagée par de nombreux chercheurs, suggère que *Loft Story* peut être aussi comprise en termes de tensions et contradictions entre l'artificialité de l'émission télévisée et l'authenticité des participants (Hill, 2005 ; Kilborn, 1994 ; Lewis, 2004). L'émission propose de créer un sentiment de familiarité, de proximité et d'accessibilité. La performance des participants donne à l'auditoire l'opportunité de porter des jugements et de faire des spéculations sur les raisons, les actions et le comportement qu'ils adoptent (Corner, 2002 ; Roscoe, 2001 ; Pecora, 2002). Les récepteurs sont ainsi impliqués dans une évaluation constante à la fois de l'artificialité et de l'authenticité du contenu. C'est une tension qui les invite normalement à rechercher des moments de vérité dans ce contexte de construction télévisuelle (Hill, 2005).

En résumé, la télé-réalité est composée de différentes tensions et contradictions. Grâce à l'apport de Couldry (2002) et d'autres auteurs (Hill, 2005 ; Roscoe, 2001 ; Corner, 2002), j'ai identifié deux sources de tension en particulier :

- les perceptions contradictoires des individus « ordinaires » et des célébrités ;
- la tension entre réalité et fiction, soit entre l'authenticité et l'artificialité des contenus.

Ces tensions, qui semblent participer à la substance-même de la télé-réalité, peuvent paraître au sein de la réception. Toute étude qui se propose d'en explorer le processus doit donc tenir compte de ces ambivalences, et ce mémoire n'en fait pas exception.

Le plaisir de ces programmes peut dériver aussi du partage de leurs contenus avec d'autres personnes (Hill, 2004). Discuter, raconter, se mettre à jour, se confronter sur certains événements, sur les participants ou l'émission, est aussi une caractéristique courante de plusieurs autres textes de la culture populaire²⁵. Pensons par exemple aux

²⁵ Je ne m'attarderai pas sur la définition de « culture populaire », car cela demanderait des approfondissements majeurs. Je me contenterai d'inclure la télé-réalité dans ce genre selon la définition qu'en donne Hermes (2005 : 3) : « *It's an imagined community [...] ; it allows us to fantasize about ideals and hopes for our society [...] ; it links public and private more than other institution or practice.* »

soaps, aux sitcoms, aux magazines, aux émissions de potins et à la musique (Hermes, 2005). Plusieurs recherches se sont concentrées sur l'importance et l'impact des autres dans le processus de réception. Certains auteurs ont même affirmé que la réception n'est jamais une action solitaire, mais implique toujours la présence explicite ou implicite d'autres personnes (Morley, 1986 ; Hermes, 2005). Cette forme de *réception secondaire*, comme nous l'avons vu, engage les récepteurs dans une confrontation avec les autres au sujet de certains contenus de l'émission. Ainsi, le processus de négociation du texte se prolonge dans un moment social de partage et de construction mutuelle du sens. La réception est donc une expérience privée et sociale à la fois. Elle naît dans l'esprit du téléspectateur, mais dépasse les limites de sa personne pour se reproduire dans le monde qui l'entoure.

1.5 Argumentation de la problématique de recherche

La télé-réalité a été étudiée par de nombreux chercheurs avec des biais de recherche différents. Développer une problématique de recherche signifie repérer « un écart entre un savoir actuel qui n'est pas satisfaisant et un savoir recherché désirable » (Chevrier, 2003 : 52). Cette prémisse m'a amenée à m'intéresser aux formes d'engagement que la télé-réalité peut induire auprès des téléspectateurs. En effet, cette question me semble peu explorée par les auteurs. Ces formes doivent être identifiées sachant que :

- la réception est constamment traversée par le quotidien du récepteur ;
- ce dernier a la possibilité de négocier les tensions et les éléments d'authenticité contenus dans le texte.

Dans les lignes qui suivent je développerai donc mon raisonnement.

Selon le modèle texte-lecteur, comme il a été mentionné, le sens émerge de l'interaction entre le récepteur et le texte, notamment le téléspectateur et l'émission télévisée. Le

modèle permet de décrire cette interaction à travers trois positions que le lecteur prend vis-à-vis du texte : celles d'opposition, de conformité et de négociation. De plus, selon des chercheurs comme Hermes (1995), Ang (1991) et Morley (1986), le récepteur peut ne s'engager dans aucune réception particulière, il peut donc être distrait. Cette distraction représente une autre position qu'il peut adopter vis-à-vis du texte. De plus, les messages médiatiques rentrent en compétition avec d'autres messages dans la vie quotidienne du récepteur. Les médias ne bénéficient pas toujours d'une attention totale de la part du lecteur, car leur usage n'est pas un processus isolé, mais il s'intègre aux routines, aux pratiques et aux états d'esprit du récepteur. Par conséquent, le texte ne produit pas du sens uniquement par lui-même, mais aussi du fait qu'il fait partie de l'organisation du quotidien, qui est précisément le lieu de la réception. En effet, la réception est composée de plusieurs moments et d'actions différentes. C'est un processus qui s'étale dans l'espace et dans le temps. Parmi ces moments, les conversations avec autrui sont des lieux particulièrement riches de production de sens. Elles peuvent fonctionner comme une médiation entre un récepteur et le texte, et engendrer une négociation ultérieure (Gauntlett, 2002).

Comme nous l'avons vu, la télé-réalité dispose de caractéristiques assez particulières qui la distinguent du reste du panorama télévisuel. Elle a souvent été stigmatisée comme le produit d'une culture *basse*, mais plusieurs études récentes l'incluent dans le cercle de la culture populaire à côté d'autres textes télévisuels, comme les téléséries, les soaps et les talk-shows. De plus, la télé-réalité se veut une reproduction médiatique de la réalité. Par conséquent, une dialectique se développe dans ces émissions entre les pôles du « réel » et du « fictif ». Cette ambivalence est également perçue par le téléspectateur pendant sa réception. Bien que je sois consciente de cette tension, je considérerai pour le moment ces deux pôles séparément afin de développer la problématisation.

En ce qui concerne le pôle de la fiction, j'ai exploré certaines recherches conduites sur des soaps (Ang, 1985 ; Liebes and Katz, 1990)²⁶, sur des magazines féminins (Hermes, 1995) et sur des émissions télévisées (Morley, 1986), qui sont tous des textes de fiction.

²⁶ J'ajouterais aussi le travail de Stempel Mumford (1995) et de Allen (1995) sur le public des soaps, ainsi que la recherche de Radway (1992) conduite sur les lectrices de romans, que je n'ai pas approfondis, mais qui ont participé à ma démarche.

La télé-réalité présente aussi différents aspects que l'on pourrait attribuer à la fiction : son statut de produit télévisuel, le scénario construit de l'émission, la présence des caméras et le montage des images, la création de certaines situations contraignantes de la part de la production, etc. Outre ces éléments propres à la construction du programme, les recherches soulignent souvent une autre dimension *fictive* de la télé-réalité : les participants jouent un rôle ou s'exhibent en de nombreuses performances devant le regard omniprésent des caméras, en mettant souvent de l'emphasis sur leurs comportements et sur leurs réactions. Le public se méfie de la spontanéité des candidats, qui semblent exagérer leurs comportements pour attirer l'attention et gagner. La confiance qu'il a dans l'honnêteté des situations représentées est très faible à cause des nombreuses performances des participants. De ce fait, le public s'implique dans une discrimination constante entre les moments de performance et les moments de spontanéité des candidats.

Les textes de fiction (comme soaps, films ou téléseries) peuvent produire une impression de réalisme émotionnel auprès du récepteur, et spécialement de l'admirateur. La « structure de sentiments » (Ang, 1985) présentée par le texte peut lui paraître en conformité avec la sienne. Cela lui permet de percevoir les scènes, les drames et les personnalités du récit comme réalistes. Ainsi, bien que le téléspectateur soit conscient qu'il s'agit d'une construction fantastique du récit et des personnages, il peut en même temps se sentir engagé émotionnellement dans l'histoire. Comme la télé-réalité présente des aspects propres à la fiction, elle se prête à la production du mécanisme du réalisme émotionnel. Cela peut donc induire auprès du téléspectateur un engagement qui est typique des textes de fiction.

D'autre part, comme on l'a dit, la télé-réalité se veut une reproduction de la réalité. De nombreux stratagèmes sont adoptés pour véhiculer une impression de réalisme, comme par exemple : l'attention pour des personnes ordinaires, le manque de script, l'exposition des sentiments et des caractères des candidats et l'observation de leur quotidien. Ce dernier se compose des moments, des actions, des habitudes, des émotions, des discours et des obligations de tous les jours. C'est l'aspect à la fois trivial, ordinaire, routinier et authentique qui participe à la vie de chacun. La télé-réalité se propose de

mettre le quotidien des participants sous les yeux du téléspectateur. Ce dernier peut en évaluer l'authenticité à travers l'expérience qu'il en fait dans sa vie de tous les jours. De plus, il est à la quête de moments d'authenticité dans la télé-réalité plus qu'ailleurs (Hill, 2005), car c'est ici qu'il a reçu la promesse d'observer du « vrai ». Il s'investit dans l'évaluation de la spontanéité et de la sincérité des participants via leurs comportements. En fait, la télé-réalité exploite l'ordinaire et le quotidien de différentes façons : les scènes de ménage, l'émergence des personnalités des candidats, les moments de détente, les conversations, etc.

Sa vie quotidienne s'intègre à la réception en tant qu'expérience qui lui permet de comprendre et négocier différents aspects du programme. Ainsi, le quotidien peut représenter un lien entre le téléspectateur et le programme de télé-réalité. Les aspects plus « spontanés » et « authentiques » de l'émission pourraient faire partie aussi de la quotidienneté du téléspectateur.

La télé-réalité se partage donc entre son statut de texte télévisé fictif et celui de miroir de la réalité. Nous pouvons y voir se mêler certains aspects propres aux textes de fiction ainsi que des caractéristiques courantes du quotidien. Or, au cours de la réception, il se produit d'une part, un engagement qui est de l'ordre du « réalisme émotionnel » et d'autre part, une perception personnelle du réel. Comme je l'ai dit, les émissions de télé-réalité sont des textes toujours en tension.

Le « réalisme émotionnel » semble défaire ses frontières, repousser ses limites. Il naît au cours de la réception d'une fiction, mais il peut se produire lors de la « réception du quotidien » au sein de la télé-réalité, qui est un mélange de fiction et de réalité. Il se produit un paradoxe, car le téléspectateur peut appliquer ce mécanisme, typique de la fiction, à la télé-réalité, qui est composée en partie aussi de « vrai », de « quotidien ». Il aurait donc une impression de « réalisme » avec des images qui représentent effectivement le « réel ». Le sens que le téléspectateur fait de la télé-réalité émerge de ce paradoxe, qui se développe sur la cohabitation du vrai et du faux. Réalité et fiction sont ainsi négociées par le récepteur tels que les pôles d'une tension en conversation constante. Cette tension peut aussi façonner l'engagement qui se produit envers la télé-réalité, ce qui est précisément l'intérêt de cette recherche.

Compte tenu de l'ensemble de ces éléments, ma question de recherche se formule comme suit : Les manifestations du quotidien présentes dans la télé-réalité induisent-elles une lecture engagée du texte de la part du téléspectateur et quelles sont les formes que prend cet engagement ?

Sachant que le quotidien des téléspectateurs est au cœur de la recherche, cette interrogation générale cible les sous-questions suivantes :

- 1) Quelles sont les tensions existantes chez le téléspectateur lorsqu'il négocie le contenu du texte de télé-réalité ?
 - Quel rôle ces tensions jouent-elles dans une lecture engagée ?
- 2) Quelles sont les formes que prend le réalisme émotionnel lors d'une lecture engagée ?
 - Quel rôle les éléments d'authenticité jouent-ils dans le mécanisme du réalisme émotionnel ?

2. Méthodologie

Dans ce chapitre, j'exposerai les choix méthodologiques qui ont permis de réaliser cette étude. Je fournirai tout d'abord une description de l'objet d'étude : la télé-réalité et plus spécifiquement les émissions *Loft Story* et *Occupation Double*, pour en identifier les caractéristiques les plus importantes. Ensuite, je justifierai le choix d'une approche qualitative ainsi que la méthode d'enquête utilisée, c'est-à-dire l'entretien semi-dirigé. Je décrirai les entrevues, les interviewées et la démarche adoptée pour le processus de recrutement. Enfin, je retracerai les méthodes d'analyse utilisées pour interpréter les informations en provenance des entretiens. Tout au long de ce chapitre, je rendrai compte aussi de mon expérience personnelle de recherche.

2.1 Description du terrain

Afin de répondre concrètement à ma question de recherche, je m'étais proposée initialement d'étudier le cas de l'émission québécoise de télé-réalité *Loft Story*. Le choix de ce terrain de recherche était motivé par la popularité de ce programme dans le monde et par l'image emblématique qu'il a acquis parmi toutes les adaptations de la télé-réalité. Cependant je me suis aperçue dès les premières rencontres que les téléspectatrices de télé-réalité interviewées associaient l'écoute de *Loft Story* à celle de l'autre célèbre émission québécoise *Occupation Double*. En outre, souvent cette deuxième recueillait une attention et une fidélité d'écoute bien plus grandes. Au cours des premières entrevues je me sentais moins préparée sur ce deuxième terrain, bien qu'il ait enrichi les entrevues de réflexions intéressantes à l'égard de l'une et de l'autre émission. En effet, la juxtaposition des deux émissions a permis d'explorer certains aspects de la réception et de l'engagement qui auraient peut-être échappé à une enquête portant seulement sur *Loft Story*.

Cette dernière partage avec *Occupation Double* son grand succès de public. Pendant l'automne 2007, *Loft Story* s'est placée dans les vingt premières émissions les plus suivies au Québec²⁷. A elle seule, la première soirée a attiré environ 1 069 000 téléspectateurs²⁸ et le chiffre n'a que légèrement baissé pendant le reste de la durée de l'émission. De son côté, *Occupation Double* (diffusé par la chaîne TVA) a attiré en moyenne 1,7 millions de téléspectateurs. Cette grande popularité s'accompagnait aussi d'une forte couverture médiatique. Comme le dit Paul Cauchon (2006), du quotidien *Le Devoir* :

Le concurrent éliminé d'Occupation Double défile à "Salut Bonjour" à TVA, celui de Loft Story à "Caféine" à TQS. Les concurrents font la tournée des postes de radio, des journaux à potins, et Le Journal de Montréal présente chaque jour des analyses "songées" de ces deux émissions.

Dans ce mémoire, je me suis concentrée sur les émissions qui ont eu lieu entre les mois d'octobre et de décembre 2007. Ma récente arrivée au Québec a dicté ce choix.

2.1.1 Loft Story

Loft Story est transmise depuis 2003 sur le réseau TQS, tous les soirs de 19h00 à 19h30 et les mercredis de 20h00 à 22h00. Le programme est basé sur l'observation jour après jour de seize personnes « ordinaires » qui cohabitent dans une maison pendant deux mois. Les candidats sont filmés dans leur quotidien et l'action du programme ne suit pas de scénario préétabli, la narration étant construite autour de la simulation du quotidien. Ils participent à des jeux et à des activités préparés spécialement par les créateurs de l'émission, sans pouvoir jamais quitter les lieux. L'émission est aussi un jeu où les participants sont éliminés au fur et à mesure par le public qui exprime son choix par Internet ou par téléphone. Le gagnant est le dernier participant à rester dans le *loft*. Les concurrents ont accepté le contrat qui permet aux caméras de les filmer 24 heures sur 24

²⁷ Cotes d'écoute disponibles sur http://www.bbm.ca/fr/archives_quebec.html, consulté le 10 mars 2008.

²⁸ La Presse (2007, 1 octobre). *Télescope*, p.2 - Arts et Spectacles.

dans tous les moments de leur vie quotidienne²⁹. L'émission a effectivement comme objectif de filmer la vie de tous les jours de ce groupe de candidats dans ses moindres recoins.

Au cours des épisodes sont présentés les faits importants de la journée et pendant les *soirées de gala*, un ou deux participants sont éliminés en direct. En outre, les autres évincés ainsi que des psychologues et des personnalités de la télévision québécoise interviennent à ces soirées.

2.1.2 Occupation Double

Occupation Double est une émission de télé-réalité diffusée sur le Réseau TVA depuis 2003. L'émission se déroule dans un nouveau quartier de la banlieue montréalaise. Il y a deux maisons, une pour les candidates et l'autre pour les candidats. Grâce aux activités et aux voyages, les hommes et les femmes se côtoient et font connaissance. Chaque semaine, les femmes doivent éliminer un homme jusqu'à ce qu'il n'en reste qu'un. Ensuite, l'homme restant élimine une à une les candidates, pour qu'il ne reste qu'un couple qui se partage les prix. L'émission prévoit des sorties, des activités et la découverte de lieux d'intérêt culturel, et a comme objectif de filmer l'épanouissement des candidats dans des histoires d'amour et d'amitié. Comme pour *Loft Story*, toutes les pièces des maisons sont équipées de caméras vidéo qui enregistrent les moindres faits et gestes des locataires 24/7. Leurs images sont diffusées en différé d'une quinzaine de minutes sur plusieurs canaux payants ainsi que sur Internet.

L'émission est transmise seulement deux fois par semaine : les mardis soirs, pendant une demi-heure, on assiste aux faits saillants des dernières journées des participants ; la *soirée de gala*, d'une plus longue durée, a lieu les dimanches à partir de 20h00 : ici sont nommés les évincés et l'on rappelle les événements croustillants de la semaine.

²⁹ Comme on l'a vu, cette surveillance est supposée fournir une certaine garantie d'authenticité pour les téléspectateurs (Andrejevic, 2002).

2.2 *Le choix d'une approche qualitative*

Cette recherche vise à mieux comprendre comment les formes d'engagement qui peuvent se produire à la réception de la télé-réalité sont informées par les caractéristiques de ces émissions. Une démarche qualitative paraît donc tout à fait pertinente, car elle permet de saisir le phénomène dans sa complexité et profondeur (Groulx, 1998). De plus, les recherches qualitatives proposent d'appréhender un phénomène social tel qu'il est vécu par les sujets ; elles se doivent en fait d'être holistiques et globales :

Holistique en ce qui tient les faits humains pour des totalités qui ne peuvent être expliquées si l'on se limite à étudier séparément leurs différentes composantes ; c'est pourquoi elle est globale, s'attachant à l'ensemble des dimensions qui caractérisent un phénomène. (Jodelet, 2003 : 144)

Cette approche permet de comprendre la réalité telle qu'elle est vécue par l'individu, dans son univers d'opinions et d'expériences (Bonneville, Grosjean et Lagacé, 2007). Elle favorise l'interprétation des pratiques sociales des personnes d'après le sens que ces dernières donnent à la réalité. Afin de saisir la diversité de la vie de tous les jours, elle se doit d'être assez ouverte envers ses manifestations qui s'expriment de façon variée (Flick, 1999).

Le chercheur peut bien saisir et comprendre le phénomène à l'étude seulement si il développe une familiarité avec les acteurs de sa recherche. C'est pourquoi il est important de documenter les perspectives des participants dans leur diversité. En effet, la recherche qualitative implique une approche interprétative envers le monde. Elle encourage l'étude des choses dans leur milieu naturel, dans le but d'interpréter les phénomènes selon les significations que les personnes leur donnent (Flick, 1999). Le chercheur se propose d'explorer sur le terrain les pratiques (ou bien, les représentations des pratiques) entretenues par les acteurs. Dans mon cas, cela a été possible à travers l'utilisation de notes de terrain et d'enregistrements d'entrevue.

L'approche interprétative met en évidence la nature socialement construite de la réalité, la relation intime du chercheur avec son objet de recherche et les contraintes situationnelles qui composent l'enquête. En effet : « *there are no objective observations, only observations socially situated in the worlds of – and between – the observers.* » (Denzin et Lincoln, 2005 : 21). Selon la perspective interprétative, le chercheur ne peut avoir une connaissance objective de la réalité, car la réalité n'est pas objective. En effet, il est partie prenante du processus de construction des connaissances autant que les acteurs de sa recherche³⁰. Ainsi, afin de mieux saisir les significations assignées par les acteurs aux différents thèmes, le chercheur doit être capable de participer de façon interactive et empathique avec les sujets (Jodelet, 2003). Il y a donc une double subjectivité qui intervient : celle du sujet et celle du chercheur. L'interprétation et la participation active à la situation de terrain de la part du chercheur exigent un travail sur soi ainsi qu'une mise en œuvre de qualités comme l'empathie et l'intuition. La première favorise une « compréhension intellectuelle du vécu de l'autre » et la deuxième permet d'accéder « au sens porté par les formes expressives de l'autre » (Jodelet, 2003 :149).

La participation active du chercheur dans la production du sens exige aussi un travail de réflexivité, car il fait partie du monde qu'il étudie mais en même temps il doit expliciter sa présence dans ses annotations. Il doit être conscient de l'influence qu'il peut avoir dans la situation d'entrevue et doit la documenter comme faisant partie des données (Flick, 1999). Dans le cas de ma recherche, je crois avoir gardé un regard critique sur mes actes et sur mes interprétations, autant lors du travail de terrain que de l'analyse. De plus, selon la tradition qualitative, le chercheur est son propre instrument de recherche. J'ai donc dû faire un véritable apprentissage du maniement des techniques d'entrevue et de la position à adopter pour approcher les acteurs. Le but était celui de m'intégrer à la pensée de mes interlocuteurs pour comprendre le sens de leur discours. Pour ce faire, j'ai dû abandonner mes propres schémas de références.

D'une part, le chercheur n'est pas neutre, car il est conditionné par les cadres théoriques qui le guident dans sa démarche. D'autre part, il est engagé dans une interaction avec

³⁰ Tandis que dans la tradition positiviste, le chercheur est perçu comme étant extérieur à la situation observée, spectateur neutre et « au-dessus » de la situation d'enquête.

ceux qu'il étudie, il n'est pas invisible et sa présence influe sur les comportements des acteurs. Il doit être capable de s'en rendre compte et de tout documenter. L'objet de recherche et le chercheur sont donc en relation, et l'objet réagit et est modifié par la présence et par les actes du chercheur.

L'approche qualitative et interprétative de cette recherche oriente les choix des outils méthodologiques de l'étude. En effet, l'approche adoptée et la question de recherche doivent être cohérentes afin de garantir une pertinence dans les méthodes employées.

2.3 L'entrevue semi-dirigée

Afin de mieux comprendre le processus de réception ainsi que les implications personnelles que l'écoute d'émissions de télé-réalité peut engendrer au sein de ses récepteurs, j'ai décidé d'adopter la méthode des entretiens semi-dirigés. Ces derniers permettent au chercheur un accès privilégié à l'expérience humaine tout en explorant l'objet théorique avec l'interviewé. L'entrevue permet de révéler ce qu'il pense et ce qui peut être difficile à observer.

Les entretiens ont eu lieu à Montréal du mois d'avril au mois de juin 2008³¹ et étaient d'une durée d'environ une heure à une heure et demie. Ils ont été enregistrés avec le consentement de chacune des personnes. Le lieu de la rencontre était normalement un café choisi par le répondant ou, dans le cas des deux plus jeunes interviewées, une salle à manger. D'une façon que je n'avais pas prévue, tous les sujets étaient des filles, d'âge compris entre 17 et 25 ans. J'approfondirai par la suite les caractéristiques des participantes.

³¹ Exception faite pour la double entrevue, qui a eu lieu à la fin du mois de février 2008.

L'entrevue semi-dirigée, aussi nommée entretien semi-structuré (Fontana et Frey, 2005) ou entretien compréhensif (Kaufmann, 1996), consiste en une « interaction verbale animée de façon souple par le chercheur » (Savoie-Zajc, 2003 : 296). Le chercheur donne la parole à son interlocuteur sur des thèmes généraux qu'il souhaite aborder. Il se laisse guider par le rythme et le contenu de l'interaction, qui se présente sous la forme d'une conversation informelle (Savoie-Zajc, 2003 ; Fontana *et al.*, 2005). Cet échange permet une compréhension riche du phénomène à l'étude, car il est construit conjointement avec l'intervenant. Chaque intervenant est un spécialiste de son micro-domaine, car il a ses propres habitudes et opinions et détient donc un savoir d'expert qui le distingue de tous les autres. L'entretien fonctionne donc comme une « chambre d'écho » (Kaufmann, 1996 : 60) de l'identité des interviewés. Il impose de parler de soi de manière plus approfondie et plus précise qu'on ne le fait d'habitude. Ainsi, le chercheur peut mieux comprendre la logique de production de sens sous-jacente à l'objet de l'étude :

In the social interaction of the qualitative interview, the perspectives of the interviewer and the respondent dance together for the moment but also extend outward in social space and backward and forward in time. (Fontana et al., 2005 : 718)

Le chercheur doit créer un climat amical pour favoriser une certaine désinvolture de la part du répondant, en se forçant à rester toujours fidèle aux questions et aux thèmes de sa recherche. Il doit adopter une attitude d'ouverture qui laisse à l'interviewé toute liberté d'exprimer, dans ses propres termes, sa pensée et ses impressions. En effet, au cours de mes entrevues, j'ai cherché à rester la plus ouverte et décontractée possible. J'ai essayé d'instaurer un climat de confiance pour encourager l'interviewée à se sentir à l'aise et à révéler son opinion. Quand ses discours glissaient dans des directions éloignées de l'objet d'étude, j'essayais de ramener la conversation sur une allusion ou un thème intéressants apparus au cours des derniers échanges. Mon but était de rendre explicite son univers pour qu'elle révèle ses tensions et ses contradictions à propos de la télé-réalité. En fait, l'entrevue se déroule à l'intérieur d'une relation avant tout humaine et sociale. Elle aspire à produire un engagement personnel du participant, afin qu'il

puisse se livrer à une réflexion la plus profonde et appliquée possible. L'entretien compréhensif peut donc produire des « effets de vérité » (Kaufmann, 1996 : 69). Je dois avouer que parfois j'ai été étonnée de l'ouverture de certaines interviewées, qui ont même admis à la fin de l'entrevue avoir appris quelque chose sur elles-mêmes.

L'entrevue semi-dirigée se situe à mi-chemin entre l'entrevue dirigée (nommée aussi standardisée ou structurée) et non dirigée (ou non structurée), car le chercheur adopte une attitude de compréhension et d'ouverture, tout en faisant des interventions guidées par une grille d'entrevue (Jones, 1985). En effet, la planification de l'entrevue s'effectue d'abord et avant tout à partir de la question de recherche. Le chercheur identifie ensuite des thèmes, des sous-thèmes et des questions d'orientation afin de recueillir des données pertinentes. Les questions abordées avec l'interviewé permettent une exploration approfondie de certains aspects de l'objet d'étude.

Comme toute approche qualitative s'efforce de ne pas intervenir sur le cours des choses observées, lors d'un entretien il faut éviter de contraindre l'interviewé par des questions fermées (Jodelet, 2003 ; Kvale, 1996). Les questions se proposent de fournir seulement une orientation afin que le sujet puisse répondre de façon ouverte et non conditionnée. En fait : « quand l'enquêteur formule ses questions en y glissant les réponses possibles, il obtient un matériau faussé et un matériau pauvre, car l'informateur ne peut pas s'engager personnellement » (Kaufmann, 1996 : 66). La façon dont les questions sont posées, comprises et leurs réponses font donc aussi partie des données de l'échange (Flick, 1999).

La communication non verbale a aussi été très importante lors de mes entrevues, car elle m'a permis de comprendre la charge émotionnelle dont certains thèmes étaient porteurs pour les intervenants. En outre, comme l'avaient annoncé Watzlawick, Beavin et Jackson (1972), le non verbal m'a aidée à m'apercevoir de la disponibilité à l'échange de l'interviewée et à vérifier la cohérence du contenu de son discours. En fait, la

communication non verbale, quoique moins consciente³² que celle verbale, participe en grande partie aux interactions interpersonnelles. Les personnes apprennent à l'analyser et à l'utiliser et elle s'avère donc être un outil des plus importants au sein d'une situation d'entretien (Gorden, 1975)³³. En effet, mes notes de terrain ont surtout porté sur des observations que j'ai faites du langage non verbal de l'interviewée, et cela a participé à compléter les données d'entretien. Ces notes se sont révélées un instrument très utile lors de l'analyse des transcriptions (les verbatim d'entrevue).

L'entrevue comporte également certaines difficultés. Des risques de blocage de la communication peuvent survenir : la « désirabilité sociale » (Bonneville *et al.*, 2007 : 178), par exemple, peut susciter des réponses stéréotypées ou en conformité avec les attentes du chercheur : « Par crainte de se faire mal juger sur ses réponses, le répondant adopte un comportement de façade, atténue ses opinions, répond de manière stéréotypée ou se conforme aux attentes normatives. » (Idem)

La crainte du jugement a sûrement freiné, à quelques reprises, la spontanéité d'expression des intervenants et cette réticence se reconnaissait parfois dans leur langage non verbal. Une autre difficulté de l'entrevue, selon Kaufmann (1996), consiste dans l'adoption d'un langage formel par le répondant, qui gagne peut-être en qualité syntaxique ce qu'il perd en spontanéité. C'est pourquoi le chercheur doit adopter des stratégies comme l'humour et la décontraction pour contrecarrer l'impression de malaise et briser le sérieux – tout en continuant à travailler sérieusement (Idem). Certaines interviewées, en fait, semblaient avoir peur de donner une mauvaise impression d'elles-mêmes et cela non seulement conditionnait le langage adopté, mais parfois débouchait dans un silence embarrassé. Dans ces cas, je leur parlais de moi tout

³² La communication non verbale, en fait, a tendance à suivre une logique de 'stimulus-réponse' sans l'intervention d'aucun processus de décision consciente (Gorden, 1975).

³³ « *There are 4 basic modes of non verbal communication : proxemic communication is the use of interpersonal space to communicate attitudes, chronemic communication is the use of pacing of speech and length of silence in conversation, kinesic communication includes any body movements or postures, and paralinguistic communication includes all the variations in volume, pitch and quality of voice.* » (Gorden, 1975 : 377)

en essayant de les mettre en valeur et je leur exprimais ma reconnaissance pour le temps qu'elles m'accordaient de façon si désintéressée.

Le chercheur peut aussi aider l'interviewé à s'ouvrir à travers un ordre prédéfini de questions qu'il lui pose. Une entrevue devrait donc démarrer par des questions plus générales, de type descriptif, pour « briser la glace » et poursuivre ensuite avec des approfondissements graduels, en introduisant des thèmes spécifiques, à l'aide de questions plus centrées sur des descriptions d'expériences et sentiments (Savoie-Zajc, 2003 ; Fontana *et al.*, 2005). Ainsi je démarrais les entrevues avec des questions concernant la vie, la famille, le travail et les habitudes du répondant. Ce moment de l'entretien pouvait durer une dizaine de minutes, tout dépendant du niveau de décontraction atteint par le sujet.

Une négociation subtile du sens s'établit, petit à petit, entre le chercheur et le répondant. Cela permet une compréhension riche et crédible du contenu de l'entrevue. Le chercheur doit faire preuve de flexibilité pour s'adapter au déroulement de l'entretien, sans pourtant négliger le cadre théorique dans lequel il s'inscrit. La perspective qualitative permet de mieux comprendre l'univers de l'intervenant.

En ce qui concerne l'éthique de la recherche, je présentais aux participantes un formulaire de consentement à lire et à signer avant de commencer l'entrevue. Je leur expliquais les buts de mon étude avant qu'elles posent leur signature, pour qu'elles prennent conscience des objectifs, ainsi que de la confidentialité et de l'anonymat garanti pendant et après l'entrevue. Tout renseignement personnel reste en fait confidentiel et je fais référence aux intervenants seulement à travers leurs prénoms. Chaque entrevue était enregistrée sur un magnétophone avec l'accord du participant. Une fois l'entretien terminé, je le transcrivais immédiatement par crainte de perdre les impressions qu'il m'avait laissées ainsi que certains détails des notes de terrain qui étaient encore frais dans ma mémoire. Ces notes, comme je l'ai dit, incluaient souvent les impressions laissées par le non-verbal. La transcription était suivie par une deuxième écoute de l'entrevue, pour noter des détails qui pouvaient avoir échappé à la première.

2.4. *Le travail de terrain*

2.4.1 **La création de la grille d'entrevue**

La grille d'entrevue permet au chercheur d'aborder avec l'interviewé une série de thèmes qui ont été définis précédemment, tout en lui laissant la possibilité d'aborder d'autres thèmes ou aspects de l'objet de recherche pendant la séance d'entretien. Comme on peut le constater par la grille en annexe à ce mémoire, à la suite de la formulation de la question de recherche, j'ai mobilisé trois dimensions majeures. Ces dimensions, auxquelles il fallait fournir une appellation (le quotidien, la télé-réalité et la proximité), comprennent plusieurs points d'intérêt soulevés par les différents auteurs.

L'objectif de la recherche est donc d'explorer les formes d'engagement qui peuvent se produire au cours de l'écoute de la télé-réalité. Cependant, et comme nous l'avons vu dans la littérature (Kiesler, 1971 ; Beauvois et Joule, 1981), l'engagement est en soi un concept difficilement saisissable, qui évolue constamment et toujours personnel. Or, appréhender les aspects, les exceptions, les contradictions et les conditions qui informent le processus de réception pour le répondant, était aussi complexe que nécessaire pour mieux comprendre les expressions de l'engagement. En même temps, il fallait placer l'expérience d'écoute dans le contexte de vie de tous les jours du répondant pour saisir sa réelle implication dans la réception. Je crois avoir couvert en partie ces dimensions grâce aux questions posées, mais aussi grâce à un travail en profondeur auquel la majorité des interviewées se sont prêtées. En fait, ma grille d'entrevue, tout en étant assez structurée restait ouverte, car je cherchais à faire parler les interviewées pour connaître leurs interprétations. De plus, je me suis servie de la théorie dans la mesure où elle m'a aidée à encadrer l'objet de la recherche. Cependant la théorie n'est pas le début, mais plutôt la fin d'une recherche. Au début il y a une compréhension plus ou moins explicite et différenciée de l'objet à l'étude, mais c'est le travail empirique qui permet de le développer et le raffiner. Comme le dit Flick (1999 : 639) : « *Theories are not tested against empirical reality but discovered from studying empirical phenomena.* »

2.4.2 Les participants à l'étude

J'ai adopté un critère simple pour choisir les téléspectateurs : ils devaient être assez familiers avec des émissions de télé-réalité (et de préférence *Loft Story*) pour pouvoir en parler. Au début du processus de recrutement j'avais ciblé ma recherche sur un public d'adolescents. Je voulais explorer aussi le rôle que la composante identitaire jouait dans la négociation des contenus de l'émission et dans les formes d'engagement. En effet, l'adolescence est un moment de la vie où les jeunes s'investissent particulièrement dans le développement de leur identité (Bloustein, 2003 ; Hudson, 1984). Cette négociation constante se traduit aussi par une négociation des significations imposées par la culture dominante, où les médias recouvrent un rôle de première importance (Livingstone, 2002). Les interprétations personnelles de la télé-réalité faites par les jeunes pouvaient donc s'enrichir d'éléments profondément liés à ce processus de mise en discussion de soi. Selon Bellemare, Caron-Bouchard et Gruau (1994), l'adolescent de 12 à 17 ans est un téléspectateur toujours actif : « Chaque période de sa mutation sera ponctuée de programmes précis qui, par leur contenu, leur humour ou la personnalité de l'animateur, vont lui permettre de conforter une identité en construction. » (Idem : 27) Ces programmes sont également des supports importants de la communication tant en direction des copains que de la famille (Livingstone et Lunt, 1994). Les jeunes téléspectateurs ont aussi envie d'apprendre sur le sexe opposé, de tester leurs émotions, de forger leur jugement. Les textes télévisuels, comme les fictions et les « télé-miroir » (Idem), sont des supports intéressants pour cette mise en discussion d'eux-mêmes.

Même quand un adolescent regarde la télévision tout seul, son plaisir n'est jamais solitaire (Mazzarella et Pecora, 1999). Les programmes sont discutés avec les autres. Souvent ils sont même commentés en direct grâce au téléphone. Si un soir ils manquent un épisode, ils demanderont des nouvelles aux amis le lendemain dans la cour de l'école (Pasquier et Jouet, 1999). En effet, je voulais aussi documenter les dynamiques interpersonnelles qui se produisent autour de la réception. Je m'étais donc proposée de conduire des entrevues doubles, c'est-à-dire avec deux jeunes qui entretiennent des liens d'amitié et qui partagent leur intérêt pour la télé-réalité.

Mon premier entretien a eu lieu à la fin du mois de février avec deux jeunes filles de 17 ans, Laurie et Annie. Malgré mon idée initiale, je gérais difficilement l'interaction qu'elles développaient autour des sujets d'entretien quoique fort intéressants, puisque j'étais à mes premières expériences de terrain. Les échanges se suivaient à un rythme très élevé et l'intervention d'une interviewée faisait perdre rapidement les thèmes soulevés par l'autre, bien qu'elle ajoutait de nouveaux éléments au contenu de la conversation. Pour cela, j'ai choisi d'abandonner cette ambition des entrevues doubles afin de pouvoir développer des thèmes en profondeur avec un seul intervenant à la fois. Cependant, l'entretien avec Laurie et Annie était de grand intérêt pour ma recherche et j'ai décidé de l'inclure dans l'analyse. Pour ce faire, j'ai traité séparément les affirmations propres à chacune d'elles, en tenant compte de l'âge mais sans que cette caractéristique s'impose sur les paramètres d'analyse. Leur réticence à approfondir, le manque d'articulation de leurs discours, l'adoption d'un vocabulaire difficile d'accès pour moi et les difficultés éprouvées dans le recrutement d'autres mineurs, m'ont poussée à conduire les entretiens suivants avec des participants plus âgés. J'ai donc décidé d'abandonner une recherche ciblée seulement sur des adolescents et sur la construction identitaire liée à la réception de la télé-réalité et de l'élargir au contraire aux formes que prend l'engagement tout court. Les autres interviewées avaient un âge moyen de 23 ans.

Exception faite pour Elise, Claire et Lina, que je connaissais auparavant, les interviewées m'étaient inconnues, souvent amies d'amis. Le processus de recrutement a donc été possible grâce à mon réseau de connaissances (surtout par courrier électronique et par téléphone) et par la suite, par un effet de « boule de neige ». En fait, quelques amis ainsi que certaines interviewées m'ont suggéré le nom d'autres personnes, parmi leurs amis et leur famille, susceptibles d'être intéressées à participer à une entrevue.

Face à la diversité des interviewées, les critères de représentativité comme la profession, la situation familiale, le niveau d'éducation et la classe sociale, deviennent moins importants – comme l'avait annoncé Kaufmann (1996). Dans une démarche qualitative, la totalité des intervenants ne peut pas être considérée comme représentative de toute

une population, car le nombre d'interviewés est plutôt restreint. Le chercheur mise, en fait, sur la qualité des informations plus que sur leur quantité. En adoptant une approche interprétative, l'objectif est de produire le maximum d'informations. Il n'est donc pas si important que le nombre des intervenants soit grand, pourvu qu'il permette de produire du nouveau matériel pour la recherche (Savoie-Zajc, 2003). C'est le chercheur qui connaît les besoins de sa recherche. En fait, je me suis dotée d'un nombre de répondants suffisant pour atteindre une saturation des informations. Au début j'avais pensé interviewer entre huit et douze personnes, et finalement le nombre total des participants a été dix.

2.4.3 Seulement des jeunes filles : une coïncidence ?

Je me rends compte des enjeux théoriques qui peuvent surgir lorsqu'on considère que les répondants sont uniquement des jeunes filles. Cependant, une fois abandonné mon projet initial qui portait seulement sur des adolescents, je n'ai jamais ciblé mon terrain sur des jeunes téléspectatrices de sexe féminin. Au contraire, je comptais enrichir mon terrain de l'apport de personnes d'âges et de sexes différents.

Toutefois, l'homogénéité de l'âge des participants peut facilement s'expliquer par le fait que j'ai puisé dans ma sphère de connaissances ici au Québec, composée pour la majorité de jeunes adultes. De plus, même l'effet « boule de neige » provoqué par les interviewées n'a pas attiré de volontaires plus âgés.

En outre, je trouve très intéressant de remarquer que les répondants n'étaient que des filles. Je ne vais pas m'attarder sur les diatribes fascinantes concernant la question du genre et du sexe³⁴, mais il est important de relever comment le terrain de recherche s'est auto-défini de façon tout à fait spontanée. En fait, il est possible que les garçons aient tendance à s'autocensurer quand il s'agit de dévoiler des préférences d'écoute qui nuisent à leur image sociale. Comme le dit Pasquier (2005 : 80) :

³⁴ A ce sujet, je m'étais intéressée aux travaux de Butler (2006), Gauntlett (2002), Salih (2004), Green (2004), Carter et Steiner (2004), Woodward (2000) et Hermes et Ang (1991).

Dans la société des garçons, [...] les formes culturelles très associées à l'élaboration de la féminité (la lecture de romans, la rédaction de journaux intimes centrés sur les émois du cœur, la passion pour les feuilletons télévisés) peuvent devenir de véritables pôles répulsifs contre lesquels la majorité des garçons ne peut que se dresser avec plus ou moins de véhémence.

Selon l'auteur, les garçons préfèrent les émissions sportives ou les programmes fondés sur l'humour et l'ironie³⁵, ou mieux encore les séries violentes ou fantastiques et les films d'actions³⁶ (Pasquier, 1999 et 2005). Les émissions de télé-réalité comme *Loft Story* ou *Occupation Double*, au contraire, se distinguent sur la scène télévisuelle par l'attention qu'elles portent aux histoires d'amour et aux relations d'amitié des candidats. Ce type d'émissions attire généralement plus l'attention d'un public féminin (Pecora, 1999). Pourtant la moitié des participants de ces émissions est composée de garçons qui se sont présentés volontairement aux sélections et les ont passées, après avoir été téléspectateurs de l'émission.

La seule participation féminine aux entrevues n'est sûrement pas anodine. Cependant il m'est difficile de généraliser au sein d'une recherche comme celle-ci. Cela oriente certainement mon analyse, mais mon mémoire se propose d'explorer d'autres éléments qui composent la réception d'émissions de télé-réalité. Je n'ai donc pas l'intention d'explorer dans cette étude les interprétations et les formes d'implications personnelles produites par la télé-réalité *selon une différenciation de sexe*. Je ne peux pas négliger cet aspect émergé du terrain, mais cela n'est pas révélateur d'une tendance générale de l'écoute de la télé-réalité, ni détermine mon analyse.

2.4.4 Admiratrices, mais pas seulement

La totalité des filles que j'ai interviewées regarde les émissions de télé-réalité. Cependant, deux d'entre elles (Claire et Laurence) ont manifesté ouvertement leur aversion à ce genre télévisuel. Elles ont souligné leur désapprobation afin de ne pas être

³⁵ Ce qui leur permet de garder leur distance vis-à-vis du programme.

³⁶ Le fait de parvenir à regarder quelque chose qui fait peur est une manière de montrer sa force aux autres garçons.

confondues avec le public des télé-réalités en général. Il était important d'interroger ces téléspectatrices pour rendre compte le plus possible des différentes facettes du public réel. Comme cette recherche propose d'explorer les formes d'engagement des téléspectateurs, la participation de deux « non-admiratrices » aux entretiens m'a paru idéale pour comprendre la réalité du public de ces émissions. En effet, les interventions de ces deux interviewées ont apporté des éléments fort intéressants à la discussion. De plus, comme on le verra dans le chapitre suivant, être « admiratrice » de la télé-réalité est une position toujours remise en discussion, même par celles qui se déclarent « des vraies fans » (Laurie, Annie, Marie-Claude et Lana en particulier).

2.5 *L'analyse des données*

L'analyse des données qui a suivi le travail de terrain a été longue et riche de détours, d'arrêts, de redémarrages et de changements de piste. Les données se présentaient en fait dans leur totalité, confuses et variées et c'est seulement grâce à un travail patient que j'ai pu démêler cet imbroglio. Ce processus n'est pas linéaire, ce qui rend quelque peu complexe le fait de rendre compte de cette expérience par écrit. On peut considérer l'analyse comme une conversation avec la théorie, mais aussi comme un effort d'induction, où le chercheur utilise les informations recueillies pour élaborer une nouvelle théorie cohérente avec ces faits (Morse, 1994). L'analyse est un processus créatif qui permet de donner un sens aux informations recueillies (Sabourin, 2003). Pour ce faire, le chercheur est constamment guidé par la problématique initiale de recherche. Il est amené à faire des allers et retours constants entre la théorie qui a encadré sa grille de questions et les faits qui émergent des verbatim d'entrevue (Bonneville *et al.*, 2007).

Le chercheur découpe le texte en unités d'analyse, c'est-à-dire qu'il lit et parcourt les documents et repère les noyaux de sens, soit « les plus petites unités de sens qui peuvent être dans une phrase ou un groupe de phrases » (Idem : 194). Une fois que le chercheur a identifié ces noyaux, il leur donne un nom (ou un code) pour désigner ces unités de

significations et les distinguer des autres. La répétition de certains éléments durant l'entrevue révèle souvent les centres d'intérêt et les préoccupations des participants, et peuvent représenter de nouveaux thèmes. Il enrichit ensuite la compréhension des données par la confrontation avec la théorie. Ces techniques de triangulation (Savoie-Zajc, 2003) aident à dégager un savoir crédible des données recueillies. Comme le dit Morse (1994 : 364) :

Data analysis is a process that requires astute questioning, a relentless search for answers, active observation, and accurate recall. [...] It is a process of conjecture and verification, of correction and modification, of suggestion and defense.

Pour réaliser une analyse, il faut se laisser conduire par les données et ses réflexions de même que par l'intuition et l'instinct. En effet, toutes les méthodes qualitatives commencent avec une compréhension approfondie de ce que révèlent les participants. Etablir un bon niveau d'intimité peut déjà permettre aux intervenants de s'exprimer de façon libre et de partager avec le chercheur leurs histoires et leurs expériences. Mais seulement une analyse appropriée des informations recueillies peut garantir une compréhension des significations cachées. La synthèse entreprise ensuite par le chercheur, lui permet d'isoler certains comportements récurrents des sujets. A travers un processus d'abstraction, le chercheur peut élaborer des premières inductions et faire des liens avec la théorie qu'il a mobilisée. Toutefois ce n'est que grâce à une action de recontextualisation qu'il pourra développer une nouvelle théorie, formée à partir des données d'entrevue et de la littérature (Morse, 1994).

Il m'est difficile de séparer nettement les différents moments de l'analyse, car ce processus s'est réalisé à travers de continuels allers et retours. Cependant je peux retracer le processus que j'ai suivi pour aboutir à la discussion des données.

2.5.1 Mon processus d'analyse et de discussion

L'étape de l'analyse a commencé au moment de la première écoute et de la transcription des verbatim. Alors, des premières intuitions encore floues ainsi que la répétition de

certain patterns m'ont fait remarquer certains noyaux de sens. Donner une forme écrite aux informations a permis de revivre l'expérience de l'entrevue et en même temps d'introduire une distance qui l'a objectivée.

A la première lecture, j'ai adopté un système de couleurs différentes pour souligner et isoler les catégories émergentes – parfois des paragraphes entiers, parfois des phrases plus ou moins longues ou même de simples mots. Ces couleurs se répétaient dans toutes les analyses d'entrevue, et j'en ajoutais de nouvelles lors de l'apparition de nouvelles catégories. Il arrivait souvent que de mêmes phrases ou paragraphes fassent partie de plusieurs catégories différentes (parfois jusqu'à 5 !). Comme je l'ai mentionné, dans la méthode qualitative le chercheur est l'instrument de la recherche. Ainsi, pour identifier les premières catégories, j'ai surtout utilisé mon intuition. Je pouvais remarquer, surtout à travers le langage non verbal annoté dans mes notes de terrain, comment certains thèmes semblaient provoquer des réponses particulières auprès de l'interviewée : parfois émotives, parfois détachées, parfois embarrassées, parfois indécises. Je savais que ces moments de l'entrevue pouvaient effectivement se traduire en autant de noyaux de sens. Je me suis servie aussi de la répétition de certains énoncés, ainsi que de phrases en contradiction apparente avec des déclarations précédentes. Comme le suggèrent Bonneville *et al.* (2007), ces moments de l'entrevue peuvent révéler les centres d'intérêt et les préoccupations des acteurs.

Après avoir terminé d'isoler ces premières catégories sur papier, j'ai répété le même procédé sur les fichiers d'ordinateur en soulignant les différentes parties des entretiens. Cela m'a permis de faire les premières comparaisons entre les différentes entrevues. J'ai créé un fichier pour chaque entrevue et j'ai regroupé toutes les parties soulignées de la même couleur sous le titre que j'avais donné à la catégorie. Je sentais donc que je m'étais appropriée toutes les entrevues dans leurs moindres détails (on aurait dit qu'elles sortaient d'une vivisection).

Dans un deuxième temps, j'ai entrepris une analyse de type *horizontale* entre les différents entretiens. A chaque catégorie, j'ai associé un fichier étiqueté avec le nom de cette catégorie, où j'ai recopié toutes les phrases et les paragraphes des entrevues que j'avais catalogués sous ce même titre, pour qu'ils soient visiblement assemblés. Chaque

citation était précédée du prénom de l'interviewée qui l'avait prononcée. Ensuite, pour chaque catégorie, j'ai résumé les positions les plus fréquentes chez les interviewées, cette fois-ci en ôtant leurs prénoms. Cela m'a permis de diviser les textes en catégories de façon claire et distincte.

Cette deuxième partie de l'analyse m'a permis d'en développer une troisième que je dirais plus visuelle. Grâce aux thèmes qui se dégageaient des entretiens j'ai construit des schémas sur papier en mobilisant pour chaque catégorie les caractéristiques plus fréquentes et intéressantes. J'ai aussi créé des associations et des liens entre les catégories ainsi qu'avec la question de recherche et la littérature mobilisée. A partir des dimensions majeures de la problématisation, j'ai pu isoler certains thèmes, ainsi qu'en tracer de nouveaux qui n'émergeaient que de l'analyse. Peu à peu, j'ai pu me rendre compte du statut des données et de leur niveau d'importance. Cela m'a permis de jouer plus facilement avec les différents éléments et de créer des sous-catégories. En outre, certaines données se sont mieux définies lorsque je les ai vues insérées dans leurs catégories. Mettre en évidence les informations dans une configuration visuelle m'a sûrement aidée à considérer l'objet de la recherche dans sa totalité.

C'est à partir de ce moment de l'analyse qu'a commencé le véritable processus d'abstraction. Ces catégories finales et toutes leurs sous-catégories ont permis d'identifier un premier sens, d'apercevoir et d'informer le processus de réception tel qu'il est vécu par les interviewées.

Cependant, les interviewées méritaient d'être comprises dans leurs habitudes de réception particulières, afin que je puisse en saisir vraiment le processus. J'ai donc fait une description de chaque interviewée, incluant les impressions de l'entrevue, son niveau de confiance et d'ouverture, sa vie de tous les jours (telle qu'elle la décrivait), son opinion sur sa façon de regarder la télé-réalité et l'importance qu'elle disait y accorder. Ces portraits, quoique succincts, m'ont permis d'interpréter les données recueillies en comprenant l'expérience d'écoute réelle des interviewées. En effet, le chercheur, mu par son désir de résultats innovateurs, pourrait être induit à avancer des conclusions parfois exagérées, et donc faussées. La quête du sens risque en fait de l'aveugler, après tout le temps et les énergies qu'il a dédiés à sa recherche (Hermes,

1993). Une remise en contexte des données permet donc d'assigner à chaque élément son juste poids et de préparer le terrain à une discussion qui est vraiment riche et utile pour l'avancement des connaissances.

Dans les pages qui suivent, je vais exposer l'analyse des données à l'aide des citations d'entrevue. En outre, pour chaque dimension dégagée de l'analyse, je vais discuter les informations par un retour à la littérature.

3. Analyse et discussion

Les interviewées perçoivent que la télé-réalité est traversée de tensions constantes. L'engagement et le plaisir qui se produisent au cours de la réception jouent aussi sur ces tensions. Je développerai comment se traduisent ces tensions, j'expliquerai les dimensions intéressantes qui ont émergé de mes analyses et j'en approfondirai les résultats en quatre parties différentes.

La première partie se concentre sur les deux émissions qui ont recueilli le plus d'intérêt parmi les interviewées, soit *Loft Story* et *Occupation Double*. En effet, les interviewées, en les comparant, ont souligné les différences qu'elles ressentent dans la perception de ces deux émissions. Comme je l'ai annoncé dans le chapitre méthodologique, contrairement à mes attentes, l'émission de télé-réalité la plus suivie est *Occupation Double*. *Loft Story* est aussi présente dans les choix des interviewées, mais de façon moins marquée. La comparaison qu'elles font entre les deux émissions enrichit les entrevues de contenus fort intéressants.

Dans la deuxième partie, je décrirai les tensions qui ont émergé des entrevues et qui participent au processus de réception de la télé-réalité. En particulier : la tension entre les statuts des participants « personnes ordinaires/célébrités », la négociation des répondants entre le plaisir de l'écoute et les critiques apportées à la télé-réalité, la tension entre la réalité et la fiction de ces émissions et celle entre la spontanéité et la performance de ses participants, la négociation entre le caractère authentique et le caractère extraordinaire du quotidien présenté par l'émission.

La troisième partie du chapitre porte sur les manifestations d'engagement exprimées par les interviewées. La lecture engagée, au centre de ma question générale de recherche, prend différentes formes. Elle se manifeste dans certains gestes concrets des téléspectatrices lors de la réception. Je considérerai aussi l'application du mécanisme du « réalisme émotionnel » aux émissions de télé-réalité et la négociation de l'engagement avec les tensions du texte.

Dans la quatrième partie, j'aborderai brièvement un autre élément de la télé-réalité, soit le temps. Je discuterai du rôle différent que ce dernier acquiert au sein de la fiction et de la télé-réalité. Pour ce faire, j'aurai recours à trois brefs extraits : d'un film (*Tanguy*), de l'émission *Loft Story* et de l'émission *Occupation Double*.

Enfin, je ferai un retour à la question de recherche pour tirer les conclusions de l'analyse. J'alternerai les résultats avec des citations d'entrevue. Je me focaliserai sur les *nœuds de sens* autour desquels la plupart des interviewées semblent construire leurs réflexions. Ces nœuds virtuels sont des catégories identifiées au cours de l'analyse.

3.1 Emissions différentes, différentes écoutes

Les interviewées discutaient souvent de deux télé-réalités en particulier : *Loft Story* et *Occupation Double*. La juxtaposition de ces deux émissions et leur comparaisons permettent d'identifier une diversité dans l'écoute, dans la réception et dans l'engagement. Le plaisir lui-même apparaît différent. Malgré le succès auprès du public et la diffusion internationale de l'émission, *Loft Story* semble être toujours un deuxième choix, tandis qu'*Occupation Double* est la télé-réalité la plus appréciée. Cette émission apparaît aux yeux des interviewées comme étant plus élaborée et intrigante grâce aux soins qui y sont portés. L'utilisation des techniques de montage et de coupure des scènes, typiques de tous les textes télévisuels, ainsi que la présentation d'activités intéressantes font pencher la balance de la préférence vers *Occupation Double*. De plus, cette dernière est transmise seulement deux fois par semaine ; *Loft Story*, quant à elle, est transmise sept jours sur sept. La nécessité de résumer les événements est donc plus élevée dans *Occupation Double*, qui applique plus souvent les techniques de traitement de l'image.

3.1.1 Immobilité pour *Loft Story* et mouvement pour *Occupation Double*

Dans l'émission *Loft Story*, la caméra suit tous les mouvements des habitants de la maison, filmés dans leurs actions quotidiennes. Les images présentées sont plus invasives. Cette surveillance 24/7 (Pecora, 2002) incite à une attitude plus voyeuriste de la part des téléspectateurs. De plus, le peu d'activités ne fait qu'accroître une impression d'ennui et d'immobilité des participants, enfermés dans un univers clos. Cette stagnation fait partie des aspects qui rendent l'émission moins attrayante aux yeux des interviewées :

Elise : « J'aimais pas *Loft Story*, je trouvais que ça avait l'air suffocant d'être enfermés dans un même lieu, [...] que j'arrive pas à l'écouter. Quand je voyais les annonces, je me disais « Mon Dieu, comment ils font ? » ».

Marie : « [A *Loft Story*] ils sortent pas, ils font juste des histoires entre eux en dedans, ça m'attire vraiment pas. »

Occupation Double se différencie par la dynamique des participants, qui doivent prendre part à plusieurs activités. En l'opposant à l'atmosphère claustrophobe de *Loft Story*, toutes les interviewées se sont dites intéressées par ces occupations – qui avaient lieu dans la ville de Montréal ou même à l'étranger :

Christine : « Je pense que ça nous apporte plus. Il est plus intéressant, il y a toujours de l'action en *Occupation Double*. »

Marie : « J'ai préféré *Occupation Double* à cause du scénario de l'émission, parce qu'ils font des voyages, ils font des sorties à l'extérieur. [...] Parce que *Loft Story* ils restent dans un loft, ils font pas grand chose. »

Pour contrecarrer cette immobilité, la téléspectatrice de *Loft Story* porte son attention sur les participants et leurs relations. Ces derniers, ennuyés et exaspérés par leur inactivité selon les interviewées, ont tendance à emphatiser les moindres aspects de leurs relations avec les autres colocataires. Les émotions les plus banales sont exagérées, les relations se tissent plus intensément à l'intérieur des groupes et l'action la plus anodine peut acquérir un poids majeur. Ces attitudes apparaissent aux yeux des

interviewées comme enfantines et quelque peu ridicules. Comme le dit clairement Laurence : « C'est tellement sérieux pour eux tout ça... mais c'est tellement niais ! ».

Cette inactivité typique de *Loft Story* et la réclusion forcée permettent aussi la naissance de liens d'amitié et d'amour de façon plus rapide et plus intense. Aux yeux des intervenants émergent des personnalités et des relations d'amitié fortes. Les participants des deux émissions, en fait, vivent une expérience « extraordinaire » (Laurie) qui est à la base de cette amplification des sentiments. L'exil de leur vie quotidienne et l'absence de tout contact avec leur famille et leur entourage, la cohabitation avec des étrangers, la carence d'activités et d'intimité, la gestion incessante des rapports avec les autres colocataires sont tous des aspects soulevés lors des entrevues, qui semblent être la cause de la dramatisation de toute situation par les participants. Cette perception d'une exagération dans les manifestations affectives est présente aussi bien dans l'émission *Occupation Double* que dans *Loft Story*. Cependant, les activités et les initiatives proposées par *Occupation Double* permettent aux participants d'alléger leurs émotions puisqu'ils vivent leurs sorties comme des fugues momentanées de leur vie communautaire et un retour à un mode de vie plus « normal ». Suivre la transmission des activités culturelles et des voyages entrepris par certains participants représentent une partie du plaisir lié à l'écoute. A la curiosité de leurs destinations, s'associe la sensation de détente liée aux vacances des participants, qui produit un effet relaxant sur les téléspectatrices elles-mêmes (Lana, Annie).

3.1.2 Réalité et performance

Les interviewées ont une préférence pour ce qui paraît plus naturel et moins théâtral. Elles semblent se lasser des comportements emphatisés et tragiques et préfèrent les manifestations plus mitigées des sentiments et des personnalités – plus réalistes, si l'on veut. Les deux émissions semblent promouvoir un degré de performance³⁷ différent : les participants de *Loft Story* sont généralement perçus comme moins spontanés que ceux d'*Occupation Double*. En fait, cette dernière de par sa structure, demande un niveau de performance inférieur aux candidats, qui s'exhibent moins en « showman » :

³⁷ Je renvoie le lecteur au chapitre théorique pour la définition de performance.

Christine : « Il n'y a pas une spontanéité comme dans la vraie vie, mais je crois qu'il y en a plus dans *Occupation Double* que *Loft Story* ... tu sais, ils vont faire des activités qui sortent de leur contexte, ils vont voir du monde au cours des voyages. »

Marie-Claude : « Ils sont moins showman que dans *Loft Story*, à *Occupation Double*. Vu qu'ils ont comme plus d'activités, comme en voyage et tout... faut pas être showman pour ça, je pense... »

La possibilité de participer à des activités et à des voyages semble permettre une spontanéité plus grande. Vivre dans une situation de réclusion, où l'action se développe presque entièrement sur les jeux des relations et des personnalités des participants, promeut des comportements faussés ou emphatisés. C'est donc dans l'émission *Occupation Double* qu'on repère une authenticité supérieure, car les candidats ne sont pas enfermés dans un environnement cloîtré.

3.1.3 L'émergence de talents

Les interviewées ont tendance à dénigrer les participants d'*Occupation Double* et surtout de *Loft Story*, car ces émissions n'encouragent pas le développement des talents personnels et semblent promouvoir une popularité facile, rapide et brève. Les candidats ne montrent pas de talents particuliers, artistiques ou intellectuels. Certaines interviewées (Claire, Lana, Annie, Lina) suivent aussi d'autres télé-réalités, comme *Star Académie*, *American Idol* et *America's/Canada's Next Top Model*. Ces programmes promeuvent le talent des participants, qui sont suivis dans leurs apprentissages et leur évolution, dans le chant, la danse, la récitation et le mannequinat. Les participants ont des rêves et des ambitions de carrière liés à leurs capacités personnelles et doivent se montrer meilleurs que tous les autres concurrents. Ces programmes ont donc aussi la possibilité de produire des vedettes plus durables :

Annie : « Oui, *Star Académie* ça a plus porté à faire des célébrités. »

Laurie : « Ouais, et à *Loft Story*, tu sais, ils ont pas fait de choses... »

Annie : « Ils ont aucun talent ... »

Lana : « *Star Académie* aussi j'avais trouvé ça vraiment bon. On dirait qu'il y avait comme un but. Et, tu sais, à *Loft Story* il y a pas vraiment de but, à part gagner des prix. »

Il est intéressant d'observer comment les interviewées accordent une écoute bien plus fidèle aux émissions *Loft Story* et *Occupation Double*, malgré la basse considération qu'elles accordent aux participants. Or, les critiques apportées envers ces deux programmes n'empêchent pas une écoute régulière, plus remarquable que celle dédiée aux émissions comme *Star Académie*.

3.2 Les émissions de télé-réalité : des textes en tension

Les émissions de télé-réalité se démarquent des autres textes médiatiques par la particularité de leur contenu, qui s'étaye sur différentes tensions en constante friction. Ces émissions seraient dépouillées de leur sens si les tensions qui les habitent disparaissaient. La réception ainsi que l'engagement s'informent aussi de ces tensions. L'analyse m'a permis d'observer quatre tensions en particulier :

- la tension entre le statut de personne « ordinaire » et celui de célébrité des participants ;
- la négociation entre l'appréciation de l'écoute et les critiques sévères apportées à la télé-réalité par les mêmes répondants ;
- la tension entre la réalité et la fiction et celle entre la spontanéité et la performance de ses participants ;
- l'oscillation entre la perception d'authenticité des situations présentées et le caractère extraordinaire du quotidien médiatique de l'émission.

Dans les lignes qui suivent je discuterai de chacune d'elles.

3.2.1 Personne « ordinaire » ou célébrité ?

Nous avons vu quelles sont les émissions de télé-réalité qui se démarquent par leur tentative d'encourager des talents artistiques. L'univers du vedettariat ouvre ses portes à ces participants, doués de capacités particulières dans le chant, la danse ou le théâtre. Le principe de ces programmes ressemble plus à celui d'une « usine de talents » (Reijnders *et al.*, 2005) que de « vitrine humaine » (Couldry, 2002) proposé par *Occupation Double* et *Loft Story*, malgré l'omniprésence des caméras dans les salles d'entraînement, dans les classes et dans les vestiaires. En fait, plusieurs interviewées ont identifié une hiérarchie de vedettariat :

Elise : « C'est pas des vedettes sur le même niveau [des chanteurs], pas pour moi. Parce que c'est des gens qui ont gagné leur vie à vouloir être connus. Je pense pas qu'ils peuvent être officiellement des vedettes juste parce qu'ils ont participé à un show de télé-réalité. »

Occupation Double et *Loft Story* engendrent de la popularité, mais qui est moins intimidante que celle perçue au sein d'autres émissions. Voir les candidats de ces deux programmes dans leurs interactions et comportements et apprendre à les connaître au quotidien semble effacer, ou du moins affiner, la distance entre le téléspectateur et la vedette (Morin, 1972). L'image que les interviewées se font des participants est celle de Monsieur et Madame Tout-Le-Monde à la recherche de popularité. Les participants, dans leur courte ascension vers le vedettariat, sont considérés comme des personnes « ordinaires » qui « tentent leur chance » (Marie-Claude) :

Lina : « On n'a pas de distance avec ces gens-là. Contrairement aux gens qui sont acteurs, qui sont plus, tu sais, impressionnants, dans le sens qu'ils ont un petit aura autour d'eux qui les protège. T'es mal à l'aise avec eux. Tandis qu'avec les gens de la télé-réalité t'as l'impression que c'est comme des amis, que t'en as trop vus. »

Toute leur popularité dérive de la couverture médiatique qui leur est accordée, et ne dure que pendant la période de l'émission et quelque temps après sa fin, quand « le Québec entier les connaît » (Marie). Pour certaines interviewées, la perception des candidats change tout au long de l'écoute. Au début de l'émission, les participants apparaissent aux yeux des téléspectatrices comme des habitués des studios de télévision,

habillés et maquillés très "mode", apparemment à l'aise dans ce contexte médiatique. Cependant, au cours des épisodes, les téléspectatrices apprennent à connaître leurs façons de bouger, de parler et de tisser des relations, et cela amène une familiarité croissante. La perception initiale des candidats comme des vedettes télévisées s'informe progressivement de cette nouvelle proximité et ceux-ci acquièrent un statut de personnes « ordinaires » :

Lana : « Quand ils les présentent, mettons, ils sont tous bien habillés, pis là on dirait qu'on les voit comme ... tu sais, comme des stars un peu. Tu sais, comme du monde inaccessible. [...] Mais puis finalement, quand l'émission finit, tu te rends compte que c'est quelqu'un comme toi puis moi, qui a sa vie, qui a son appartement, qui a son quotidien, qui habite à Montréal. Tu sais, dans le fond, c'est du monde ben normal. »

Les plus jeunes interviewées (Annie et Laurie) semblent se perdre dans cette ambiguïté star/personne « ordinaire ». En fait, elles affirment qu'elles les perçoivent tantôt comme des gens « ordinaires », tantôt comme des idoles. Les interviewées plus âgées placent les participants dans une position moins élevée par rapport aux stars locales. Les plus jeunes sont moins catégoriques dans leurs opinions. Au cours de l'entrevue, elles varient souvent leurs perceptions de la proximité amicale à la distance respectueuse. Ces deux téléspectatrices consacrent une grande partie de leur réception à délimiter ce qui est célébrité et « normalité ». Ces limites deviennent floues quand elles observent les participants, devenus désormais des célébrités, qui sortent de la maison et rencontrent leurs familles et leurs amis. Tous les participants sont à la fois des célébrités et des personnes « ordinaires ». Selon Couldry (2002), en général le public de la télé-réalité serait constamment partagé dans la perception ambiguë entre star et personne « ordinaire ». Cependant, cette perception ambivalente ne s'applique pas à toutes les téléspectatrices que j'ai interviewées. En fait, les seules deux adolescentes négocient de façon constante le statut des participants, tandis que pour la majorité il s'agit d'une question presque résolue ou de moindre importance. La tension que les plus jeunes perçoivent se nourrit de la mise en discussion qu'elles font des contenus de l'émission. La réception des adolescentes se distingue par une construction constante du sens (Pasquier, 2005). Plus intensément qu'à d'autres âges de leur vie, elles sont en quête de

leur identité et en négociation continue entre différentes alternatives du sens (Mazzarella et Pecora, 1999 ; Livingstone, 2002).

Cependant, ce mémoire n'a pas pour objectif d'identifier les usages médiatiques d'un public d'adolescent(e)s ni les implications psychologiques qui en découlent. Celle-ci n'est qu'une tentative de justifier un comportement d'écoute qui apparaît de façon particulièrement prononcée auprès des plus jeunes interviewées. Cela expliquerait en partie la raison pour laquelle ces deux téléspectatrices se sont montrées partiellement sensibles à cette tension³⁸. Les autres répondants manifestent peu d'hésitation à ce sujet. Cette ambiguïté « personne ordinaire/star » y est moins présente. Leur jugement sur les participants, plutôt net et parfois sévère, les décrit généralement comme des Monsieur et Madame Tout-Le-Monde.

En résumé, la tension annoncée par Couldry (2002) entre le statut de personne « ordinaire » et celui de célébrité est moins présente dans les entretiens que prévu. Les participants d'*Occupation Double* et de *Loft Story*, semble-t-il, sont perçus en général comme des Monsieur et Madame Tout-Le-Monde et rarement ils atteignent le seuil du vedettariat. Normalement, ils laissent aux interviewées l'impression qu'elles connaissent leur vraie nature, ce qui leur permet de développer une relation de familiarité. La relation spontanée des téléspectatrices avec les candidats est fort intéressante : elle montre l'effacement progressif de l'écart typique qui sépare une personne « ordinaire » d'une vedette du show-biz (Hermes, 1995). Cette relation virtuelle est négociée tout au long de l'émission et entretient et nourrit ce sentiment de familiarité. Les interviewées (sauf Annie et Laurie, les plus jeunes), désormais expertes du monde de la télé-réalité et des médias, ont appris à séparer les « vraies Stars » des personnes « ordinaires » qui tentent leur chance à la télé.

}

³⁸ Je renvoie au chapitre théorique pour certains des auteurs qui ont abordé la question, car cette tension a été perçue très souvent dans la littérature sur la télé-réalité.

3.2.2 Dénigrement et admiration de la télé-réalité

La deuxième tension que j'ai repérée concerne la cohabitation d'une attitude de dénigrement avec une écoute assidue. En effet, bien qu'elles se définissent fans de télé-réalité, la majorité des interviewées se montrent très sévères envers ces émissions. Leur jugement fait écho à plusieurs critiques trouvées dans la littérature, mais présente aussi une condamnation d'autres aspects de la télé-réalité que je n'avais pas prévue.

La stigmatisation sociale envers ces émissions, considérées souvent comme l'expression d'une culture *basse* (Pecora, 2002), peut induire aussi cette attitude critique auprès des téléspectateurs. Pour sauver l'apparence dans leurs rapports sociaux, ils réutilisent les commentaires négatifs qu'ils ont entendus des autres, pour se « sauver » d'une situation sociale anxiogène (Goffman, 1973). Cette stigmatisation peut être à la base des nombreux commentaires caustiques que j'ai entendus lors des entrevues. Cependant, très souvent, les interviewées portent des critiques ciblées étayées par des exemples, et ces jugements sont différenciés et articulés. La fréquence et la précision des commentaires suggèrent que ces jugements reflètent effectivement leur opinion sur l'émission.

Malgré l'attention qu'elles portent aux participants et à leurs histoires, les interviewées ont souligné à maintes reprises la superficialité et la vacuité de leurs conversations. Elles voient ces participants à la quête d'une popularité facile pour laquelle ils sont prêts à tout, sans talent ni culture particuliers :

Lana : « Ils n'ont vraiment pas de culture, ils connaissent rien. [...] On dirait que c'est vraiment du monde qui sont comme super occupés par leur personne, par leur apparence. [...] Je trouve qu'il y avait jamais de conversations profondes, ils parlaient juste du jeu [...] C'est du monde comme un peu superficiel, dans les deux sens du terme. D'apparence mais... je trouve que c'était du monde ignorant. »

Non seulement les participants sont critiqués pour l'inconsistance de leurs conversations, pour leur vanité, mais aussi pour leurs nombreuses manifestations d'exhibitionnisme. Les interviewées jugent le dévoilement des corps et les actes sexuels devant les caméras

immoraux et provocants. Même les plus assidues sont outrées par ces manifestations, qu'elles considèrent vulgaires et exhibitionnistes :

Laurence : « Je trouve que c'est malsain quelque part. Je trouve que c'est beaucoup d'exhibitionnisme là. Des fois ils passent des trucs dans la chambre à coucher... enfin, je trouve ça malsain. »

Marie-Claude : « Je suis pas sûre que moi je serais prête à faire ce qu'ils font pour gagner... comme me mettre à moitié nue devant la caméra, je sais pas, je le ferais pas mais... il y a beaucoup de gens qui sont prêts à le faire puis ça... je comprends pas. »

Malgré l'intérêt qu'elles portent à ces émissions, elles les accusent d'être abrutissantes et répétitives au fil des saisons. Elles les estiment vides d'innovation et de nouveaux défis. De plus, plusieurs fans ont avoué que, à la fin de chaque saison, elles se proposent de ne plus jamais « retomber là-dedans » (Christine) :

Claire : « A chaque fois je me dis : il faudrait que j'arrête d'écouter ça, c'est vraiment mauvais, je perds mon temps, je pourrais vraiment faire d'autres choses importantes au lieu de ça. »

Ces programmes laissent à la majorité des interviewées le sentiment d'avoir perdu leur temps. Cette sensation ne semble pas être présente lorsqu'elles écoutent des émissions de fiction, téléromans ou téléseries. Peut-être à cause de ce manque d'action et de la répétitivité des histoires, les saisons se suivent en ne laissant que de vagues souvenirs. L'envoûtement de la télé-réalité persiste seulement pendant la saison en cours, et parfois même moins. Plusieurs interviewées se disent lassées quand s'approche la fin de l'émission, mais elles résistent pour connaître les gagnants.

Malgré cet apparent détachement, certaines interviewées portent une attention constante et passionnée aux participants et à leurs vicissitudes. En effet, cet intérêt se transforme parfois en *appréhension* quand elles perçoivent les candidats comme des victimes des objectifs lucratifs de la chaîne télévisuelle. L'équipe de production, en fait, soumet les participants à des épreuves parfois difficiles et embarrassantes pour satisfaire les conditions du jeu. Plusieurs interviewées ont identifié cette attitude comme sadique et

vicieuse. Cela, à mon avis, dénote aussi un attachement progressif aux candidats ainsi que le développement d'un sentiment d'empathie :

Annie : « J'aimerais pas être provoquée comme ça. Ils essayent toujours de faire faire ce qu'eux-autres [les membres de l'équipe de production] veulent. »

Les participants sont souvent provoqués et les images sont souvent manipulées dans le but de créer des personnages aux yeux des téléspectateurs. Ils apparaissent comme les victimes d'un pouvoir supérieur sur lequel ils n'ont aucun contrôle. Ils sont caricaturés afin qu'ils frappent plus le public. Cette manipulation est très présente dans tous les discours concernant la télé-réalité et crée une certaine ambiguïté entre la réalité et la fiction des scènes transmises.

Elise : « A mon avis c'est tellement inventé, c'est beaucoup trop *show off*, il faut que tu sois vraiment excentrique, tu veux passer à la télé, tous tes amis vont regarder ça, le moindre truc que tu fais de travers va être amplifié. »

Elles considèrent les comportements des participants et leurs histoires emphatisés et exagérés. Elles ne croient pas à la sincérité de certaines scènes de ménage et de certaines réactions, qu'elles jugent plutôt ridicules pour l'emphase tragique que les participants y mettent :

Laurence : « C'est tellement sérieux pour eux tout ça, c'est tellement niais. [...] Tu les écoutes parler pis... c'est pas des gens que j'aurais envie d'écouter. Je pense qu'on riait un peu d'eux ! »

Lana : « C'est le même genre d'insignifiance [que le téléroman *Virginie*], où il se passe pas grand-chose et ils font des histoires pour rien. »

Les interviewées ont développé une capacité d'analyse qui leur permet de différencier les émotions amplifiées des participants de celles plus spontanées. Naît ainsi une négociation constante entre la véracité et l'exagération des comportements des candidats. Elles deviennent des expertes de cet exercice et acquièrent une certaine confiance dans leur capacité de jugement. De plus, le tragique présent dans ces émissions est perçu de façon différente par les interviewées. Quand l'écoute n'est qu'une distraction et regarder l'émission ne demande aucun effort de concentration, les moments « tragiques » sont

plutôt perçus comme des manifestations exagérées, qui ridiculisent les participants. Plus que tragiques, alors, ces contenus sont ressentis comme *tragicomiques*, pour la distance qui se produit entre les téléspectatrices et l'émission. A mesure que la distance s'affine, la téléspectatrice ressent une proximité, une « connivence » (Mehl, 2003) avec les messages du texte et a une impression de drame. Claire, par exemple, qui se proclame contre ces émissions, souligne le ridicule d'une scène qui se veut émotionnellement intense lors de la présentation d'une candidate :

« Avant et après la pause t'as comme deux minutes où tu vois les gens filmés dans leur maison. Tu vois la fille [qui dit] : "Ah, ma mère, je ne l'aime pas", et des scènes où elle est au parc qui regarde loin, vers l'horizon... tu sais, c'est comme vraiment mauvais, c'est vraiment cheap. »

De la même façon se positionne Laurence, elle aussi détractrice de la télé-réalité dans sa totalité, qui ridiculise la gravité qui imprègne les intentions et les ambitions des participants :

« Ça a l'air d'être une expérience fabuleuse pour les participants ! Non mais quand ils en parlent ça a l'air d'être une expérience de rien sincèrement, c'est juste des tapotages, des chicanes et tout. »

Mais la perception du tragique et du comique varie beaucoup selon les interviewées et les moments d'écoute. Souvent, quand l'émission est vécue strictement comme un moment de détente, le sens du ridicule prend le dessus. Plus les téléspectatrices sont attentives, par contre, plus les comportements et les situations sont perçus dans leur gravité. Cela dépend aussi de l'émission, car *Occupation Double* est prise, généralement, plus au sérieux que *Loft Story*³⁹ et laisse donc moins d'espace au ridicule. Prenons un extrait de l'entretien avec Laurie :

« Je me rappelle quand Elodie avait piqué une crise, puis elle avait traité de con Sébastien, puis elle arrêtait pas de brailler, puis elle criait comme une folle. [Elle rit] Mais quand t'y penses, t'aurais peut-être fait la même chose, car c'est un mois et demi que tu n'as pas vu ta famille et tu vis avec du monde complètement inconnu et tout, puis ton meilleur ami que tu t'es fait depuis le

³⁹ Nous avons vu dans la section 3.1 comment *Loft Story* est plus dénigré, même par ses propres fans et de façon plus marquante qu'*Occupation Double* – considéré comme plus sérieux et mieux construit.

début, il s'en va et ton pire ennemi reste à sa place. C'est normal que tu te fâches. »

Après avoir ironisé sur l'énervement de la candidate, elle se montre sensible à sa situation. Elle se montre tout le long de l'entrevue très proche des participants et prête beaucoup d'attention aux histoires qui se produisent entre eux. Cette attention se traduit par une grande considération des émotions éprouvées par les participants et par une perception moindre – quoique présente – du sentiment de ridicule.

Il est étonnant de s'apercevoir que toutes ces critiques ne viennent pas seulement des non-fans – comme je m'y attendais – mais aussi des fans. Les premières ont une attitude de condamnation plus accentuée et générale, en raison sûrement de la distance qu'elles maintiennent avec l'émission. Les fans, par contre, enrichissent leurs critiques d'exemples concrets, se confrontent aux situations présentées pour ensuite les juger et prêtent une considération particulière aux personnalités des participants. Elles ne se laissent pas seulement guider par une conduite sociale convenable, mais se font elles-mêmes détractrices de certains aspects de l'émission. Chez les fans comme chez les non-fans, cette tension nuance la réception de la télé-réalité. Le plaisir de l'écoute s'accompagne non seulement de cette panoplie de jugements, mais aussi d'un sentiment de culpabilité de la part des récepteurs, pour cette « perte de temps » (Claire), pour « vivre la vie des autres » (Lana) et pour « espionner l'intimité d'inconnus » (Marie-Claude). Toutes les interviewées admettent être des téléspectatrices voyeuristes d'un présent qui ne leur appartient pas, mais cette transgression semble concourir à épicer l'écoute. Le plaisir de l'écoute doit être négocié avec le refus de la stigmatisation imposée par les autres. Par conséquent, l'écoute devient une provocation de ce qui est socialement convenable. Combien de fois j'ai entendu dire par les interviewées qu'elles se sentaient mal-à-l'aise de parler de « certaines choses » dans un lieu public ou qu'elles avaient peur d'être entendues par d'autres personnes. La télé-réalité est donc constamment négociée avec le réseau social. Le transport qu'elle peut induire est mitigé mais en même temps enrichi de ces allers et retours entre le dénigrement et l'attachement.

3.2.3 Fiction ou réalité ?

Une troisième tension concerne la cohabitation irrésolue de réalité et fiction au sein d'émissions de télé-réalité. La télé-réalité oscille entre le fictif et le réel et cette oscillation est sous les yeux des récepteurs. Les interviewées ont toutes affirmé avoir perçu cette ambiguïté sous-jacente à la télé-réalité. Il a été possible d'identifier les éléments reconnus comme fictifs et ceux, au contraire, perçus comme spontanés et réels. Il est plus intéressant encore de noter la zone fluide où les deux pôles du réel et du fictif s'entremêlent et sont négociés constamment par les téléspectatrices. Les interviewées ont montré un intérêt particulier pour le travail qui soutient l'émission, comme le marketing, la représentation, la mise en scène et le casting. Elles tentent de creuser dans les dessous de l'émission et d'en comprendre la mise-en-scène :

Lina : « J'aime ça découdre un peu comment ils ont construit l'émission. Voir c'était quoi leur but quand ils ont construit [...] je vais voir un peu derrière. »

Elise : « Moi vraiment ça m'intéresse plus le côté de la production. [...] C'est juste pour le côté superficiel, le décor, les gens de quoi ils ont l'air, comment ils sont maquillés, comment ils sont habillés, le genre d'endroits où ils voyagent. »

Ainsi, la mise en scène et le travail de production, la construction des scénarios et le montage, sont des aspects de l'émission qui ne passent pas inaperçus. Cela dénote une observation attentive de la part des interviewées, une attitude de recherche qui ne prend rien pour acquis et qui participe aussi au plaisir de l'écoute.

Les comportements des participants : spontanéité ou performance ?

Différencier les manifestations d'authenticité de celles de la construction médiatique est au centre du plaisir de l'écoute de la télé-réalité. On peut penser à cet exercice comme à un entraînement constant de la part du téléspectateur attentif. Cette négociation se produit pour des situations spécifiques présentées par l'émission. Prenons l'exemple des participants qui oscillent, dans la perception des téléspectatrices, entre leur statut de personnes et celui de personnages. Il semble que s'efface le doute historique (Clark, 2002 ; Dupont, 2007) concernant les télé-réalités – et avant elles, les talk-shows – qui

faisait hésiter les téléspectateurs : s'agit-il d'acteurs ou de personnes « ordinaires » ? Plus les émissions se font vitrines de la nature humaine et plus ce doute semble disparaître⁴⁰. Pour les interviewées, il est désormais certain que les participants sont des personnes « ordinaires », mais c'est la performance associée à la volonté de gagner qui produit des masques et des personnages. Ce qui émerge des entrevues est une attention plus forte pour la performance que ces gens « ordinaires » mettent en scène aux fins du jeu :

Marie-Claude : « Mettons qu'on écoute une émission, "Nip/Tuck" par exemple, c'est du faux, tu connais pas vraiment la personne là, c'est un personnage. Tandis que la télé-réalité c'est eux. Mais c'est des personnages aussi... [...] Ils montrent des côtés de leur personnalité et tu vois jusqu'où ils sont prêts à aller pour gagner. »

Le rôle qui est parfois joué par les participants n'est pas dicté par un script ou par les plans de l'émission. Il s'agit de stratégies comportementales adoptées pour soutenir leur jeu. Ces actes de performance, où la personne qui joue un rôle devient personnage pour toute l'extension de l'acte (Goffman, 1973), sont au centre du démêlement du vrai et du faux. La personne et le personnage, la personnalité et la « face » (Idem), la spontanéité et les mensonges s'échangent donc souvent :

Laurie : « Il y en a qui se donnent un air, tu sais, comme qu'il a un air gentil mais que finalement il est super méchant. Ou comme Sébastien tu sais, lui il se donnait un air comme méchant et tout, mais finalement... »

Marie : « Tu peux quand-même saisir leur personnalité, mais c'est dur à dire que c'est vraiment leur personnalité parce que des fois ces gens là jouent un jeu. »

L'intérêt consiste à percer la nature humaine dans toutes ses manifestations. Les participants se révèlent pour ce qu'ils sont vraiment, car au fur et à mesure de l'émission et au cours des semaines, ils laissent tomber plus souvent le masque et découvrent leur vraie nature :

⁴⁰ À l'exception de Claire, qui a plutôt suivi des émissions de télé-réalité avec des célébrités, ou bien des formes de talk-shows psychologiques. Pour elle, le plaisir ne dépend pas de savoir s'il s'agit d'acteurs.

Laurie : « Moi au début je les déteste, puis après ça je les aime. Ouais ! Je me dis : "Ah, elle a l'air conne ! Ah, il est laid ! Ah, regarde-la elle, elle se prend pour Kim⁴¹ elle !". Puis après ça : "Ah, elle est cool ! Mais cette autre je ne l'aime pas par exemple !" »

Un des instruments que l'être humain possède pour identifier la véracité des messages des autres est l'analyse de leur langage non-verbal (Watzlawick, Beavin et Jackson, 1972). Les téléspectatrices peuvent identifier des discordances entre le message prononcé par un participant au niveau verbal et le message non verbal sur la base de leurs connaissances et de leurs expériences de vie :

Christine : « C'est une capacité de comprendre les gens. Quand je vois quelqu'un à la tv, il y a tout, tu sais. Le non-verbal, les sourires, les non-sourires... tu sais, des fois tu les vois, la distance que deux personnes vont avoir entre elles, le doute que ça va finir avec des rapprochements ce soir, t'as-tu vu comment qu'il la touchait ? comment qu'ils se tenaient proches, comment qu'il la regardait ? »

Images vraies, images fausses

Les téléspectatrices savent que les images observées représentent le « vrai », mais elles sont filtrées, sélectionnées et assemblées au montage, pour *Occupation Double* comme pour *Loft Story*. Cette manipulation de la part de la production répond à des nécessités évidentes d'esthétique télévisuelle – le rythme des images qui se suivent, les plans, les angles – ainsi qu'à la tentative de rendre l'action plus attrayante pour le public. Le montage concourt à fixer une image des participants à leur insu qui sert à les différencier les uns des autres. Cette construction a pour but de créer des personnages stéréotypés, un peu clownesques, dont le caractère manque de nuances. Ils vont être catalogués par l'émission pour un comportement fréquent. L'emphasis est mise sur les traits qui permettent de distinguer clairement les participants dans le but d'induire le jugement et d'orienter le choix du public :

Marie : « Eux, au montage, ils arrangent les choses, [...] ils sont filmés dans leur réalité, mais il y a quand-même un travail de montage. »

⁴¹ Participante très populaire de la saison précédente de *Loft Story*.

Elise : « Le rôle de la caméra est comme un intermédiaire. Les producteurs et tout... ça peut être un geste super banal mais ils vont l'amplifier pour que ça devienne... j'accorde peu d'importance à ça. Quand quelqu'un va crier, il va dire "Ahi, il a fait telle chose !" je sais qu'ils ont fait exprès pour que la bagarre soit aussi forte.»

Pour les deux émissions, il arrive aussi souvent que le montage accentue certains moments tragiques ou chargés d'émotion forte pour rendre la vision plus excitante pour le public. Il est toujours clair aux yeux des interviewées qu'il s'agit d'une émission télévisée qui doit créer du sensationnalisme pour attirer le public. En fait, les montages sont pernicioeux. Les images induisent le réel, mais le montage insère toute une manipulation qui défigure le « vrai », le direct.

Les décors et les scénarios sont prévus dans le détail. La participation d'*experts* (comme des psychologues) au cours des *soirées de gala*, n'est pas prise au sérieux par les interviewées, qui doutent de la qualité de leur titre. En effet, les plateaux où l'animateur reçoit et félicite en direct les héros d'un jour agacent prodigieusement les interviewées ; comme le disent aussi Bellemare, Caron-Bouchard et Gruau (1994 : 100), il n'y a « rien de plus nul que toute cette émotion fabriquée autour d'un acte héroïque reconstruit artificiellement. »

Spontanéité et exagération des participants

Les participants ont été sélectionnés soigneusement pendant les castings sur les critères de leur beauté et de leur personnalité marquante (Mehl, 2003). Les caractères contrastés et extrêmes produisent l'effet de « personnage » au sein des participants, même s'ils sont perçus comme sincères et fidèles à leur propre nature :

Lina : « Ils sont vraiment eux-mêmes mais chaque personne a une grosse personnalité. [...] Chacun a trouvé son rôle, parce que, dans le fond, dans la réalité on a tous notre rôle aussi, on a tous notre personnalité mais tous différents. [...] Ils ont une personnalité différente de celle d'un autre, et c'est ça qui fait en sorte que chacun a un personnage. »

Pour d'autres interviewées, ces personnalités si nettes sont atténuées et nuancées au cours de la saison, avec une émergence progressive du « vrai » caractère et une

connaissance progressive des participants. Les candidats finissent par abandonner ces stéréotypes pour retrouver leur propre personnalité – qui ne porte en elle que très peu des personnages qu'ils étaient devenus. Ils redeviennent des personnes « ordinaires ». Sauf que cela demeure un jeu. Ce n'est pas pour rien qu'aucun couple formé au cours de l'émission ne dure très longtemps après sa fin. La performance renchérit à mon avis le faux. En même temps, se familiariser avec la personnalité des candidats induit, auprès des téléspectateurs, l'impression de connaître leurs vraies natures et facilite les prévisions de leurs futures réactions :

Laurence : « [Ce sont] de vraies personnes et non un personnage qui joue, ben je sais qu'ils doivent jouer un rôle mais [...] c'est de vraies personnes. »

Christine : « On est tellement voyeurs, tellement dans leur vie qu'on pense qu'on les connaît. En fait, on les connaît ! »

Discours sur les émotions et les personnalités

Les émotions des participants, bien qu'amplifiées, sont souvent perçues comme authentiques. Plusieurs interviewées reconnaissent le caractère extraordinaire des situations vécues par les participants, qui peuvent provoquer des réactions émotives particulièrement fortes. Le contexte ressemble à celui de longues vacances – surtout pour *Occupation Double* – où plusieurs paramètres d'évaluation de la réalité sont déplacés, suspendus. De plus, l'expérience de cohabitation forcée provoque des réactions qui n'ont pas lieu dans un environnement moins claustrophobe et contraignant. Enfin, la production les provoque en leur créant des épreuves et en insérant un contexte difficile. La majorité des interviewées considère marquante l'expérience que les candidats vivent, capable d'influer sur leurs personnalité et leurs attitudes :

Marie-Claude : « C'est moins personnage et c'est plus vrai, si je peux dire, une télé-réalité qu'un téléroman mettons... »

Camille : « Et comment tu remarques que c'est plus vrai ? »

Marie-Claude : « Parce que dans les situations tu vois vraiment comment ils réagissent. »

Selon certaines interviewées, les candidats ne se connaissent qu'à travers le contexte du programme et non par leur vie réelle en dehors du show. Les relations se tissent donc sur une base qui n'est pas celle de l'ordinaire et du quotidien, mais au sein d'un construit médiatique – dont il est presque inutile de relever la nature extraordinaire. Les conversations des participants sont centrées sur l'émission. Les rares moments de partage d'informations privées sont considérés comme des manifestations de spontanéité, où la personne se révèle pour ce qu'elle est en dehors du contexte médiatique où elle se trouve :

Annie : « On dirait que quand ils parlaient de leurs familles ils voulaient être sûrs de dire la vérité parce qu'ils savent qu'ils écoutent à l'autre bout de la ligne. Je trouvais que ça faisait ressortir leur côté vrai. Ça, je trouve que c'est un bon moyen, mais sinon je ne sais pas s'ils sont vraiment vrais. »

Ces rares discours rendent aux participants leur statut de personnes « ordinaires », avec un présent et un passé particuliers et uniques. L'appartenance à une ville, par exemple, les replace dans un présent et un lieu, où il est possible de les rencontrer – ce qui est, d'ailleurs, arrivé à la majorité des interviewées :

Christine : « Le monde à la télé-réalité, eux-autres existent pour vrai. Je pourrais la rencontrer ici, puis je pourrais aller lui parler, puis qu'il devienne mon ami pour vrai. »

Marie-Claude : « Je pense qu'il me plairait si je le voyais dans un bar, alors... C'est peut-être pour ça que j'ai aimé qu'il gagne. »

Par contre, l'impression de connaître les participants est constamment renégociée à travers le filtre de la télévision "manipulatrice d'images" et les performances des participants. Les téléspectatrices se rappellent que les images sont manipulées et que les candidats doivent faire des performances pour gagner le jeu, et leur opinion vacille. C'est dans cette zone floue que se fait la réception des émissions de télé-réalité. Cette fluidité est revisitée tout au long de l'écoute. La téléspectatrice doit identifier le caractère véridique ou faux du contenu des images visionnées.

3.2.4 Quotidien extraordinaire et quotidien authentique

Les interviewées relèvent la quotidienneté dans ces émissions soit par leur intuition ou par des inductions logiques. Mais elles sont aussi conscientes d'une élaboration médiatique sous-jacente. La coprésence de ces perceptions contradictoires produit une tension permanente dans la réception, entre quotidien « ordinaire » et quotidien extraordinaire. Toutes les impressions d'authenticité sont négociées avec le contexte dans lequel elles se manifestent. Alors les téléspectatrices assistent à des actes routiniers, mais à l'intérieur d'un construit télévisuel. Elles s'aperçoivent de la spontanéité de certains comportements mais se demandent si les participants auraient réagi de la même manière en dehors de l'émission. Elles creusent dans les personnalités mais hésitent, et pensent qu'elles assistent peut-être à des performances. La spontanéité est constamment menacée par des manipulations, des performances et de l'emphase, qui font partie de ce qu'on a nommé « le pôle du fictif »⁴². Par contre les interviewées sont presque sûres de l'authenticité de certains éléments, comme le langage non-verbal, le passé des candidats et leurs changements physiques, qui servent en fait comme points de repère pour détecter des brins de vérité.

Donc, si elles ont tendance à affirmer qu'il s'agit bien de quotidien, elles sont conscientes que c'est un quotidien extraordinaire. Les voyages, les activités, la possibilité de rencontrer de nouvelles personnes avec lesquelles passer des semaines et des mois, le manque d'obligations de travail et d'étude, la contrainte de vivre côte-à-côte avec des inconnus pour une certaine période, sont considérés, justement, comme des situations hors de l'ordinaire. Cette tension définit la perception que les téléspectatrices se font du quotidien présenté par la télé-réalité :

Lina : « Moi je trouve que c'est un peu comme partir en échange étudiant, ça déconnecterait. »

Selon plusieurs interviewées l'expérience vécue par les participants – le jeu stratégique, l'exposition constante devant les caméras, la cohabitation forcée, la visite d'endroits exotiques – peut induire des réactions qui sont proportionnelles à l'impact que ces

⁴² J'ai déjà évoqué les aspects de la télé-réalité qui produisent la balance « réel/fictif », et les différentes manifestations du caractère fictif sont négociées avec le quotidien et l'authenticité.

situations extraordinaires ont sur leur équilibre. Les répondantes (et spécialement les admiratrices) reconnaissent la pression émotive subie par les participants et en blâment fortement l'effet négatif :

Marie-Claude : « Je trouve que ça détruit du monde. [...] Je pense vraiment qu'il y a du monde qui sort de là, puis qui font des grosses thérapies parce qu'ils ont montré trop de côtés d'eux. »

Plusieurs interviewées ont déclaré qu'elles pouvaient détecter quand les émotions des candidats étaient accentuées et quand, au contraire, elles leur semblaient cohérentes avec leurs caractères. Cette capacité de discerner le degré d'emphase des émotions et des comportements dénote la confiance que les téléspectatrices ont dans leur sincérité. Elles en reconnaissent le caractère authentique bien que ces manifestations soient plus ou moins accentuées :

Elise : « Je pense que c'est vrai, qu'ils sont tellement à fleur de peau, qu'ils sont tellement tout le temps ensemble, qu'ils peuvent pas sortir... ce qui est pas vrai c'est comment les choses sont produites. [...] mais les sentiments sont mille fois plus forts. »

Lina : « N'importe qui, qui vit ça, ça fait un choc émotionnel dans un nouveau contexte et de vivre autant de nouveautés. »

Les téléspectatrices qui soutiennent que la participation à ces programmes est une expérience extraordinaire pour les candidats, montrent qu'elles connaissent l'ordinaire de ces mêmes personnes. Malgré la faible connaissance qu'elles ont de l'histoire de leurs vies, elles peuvent classer les candidats selon leurs paramètres de « normalité » grâce aux informations qui leur sont fournies – comme le niveau d'éducation, la classe sociale, les intérêts, les capacités, etc. Cette classification spontanée permet aux téléspectatrices de considérer les participants comme des individus « ordinaires », qui sont juste en train de vivre une courte expérience extraordinaire.

La connaissance des candidats se fait progressivement dans un processus de découverte de l'autre. Quand les interviewées font référence aux sentiments éprouvés et déclarés par les participants, elles croient à l'authenticité des liens affectifs tissés entre eux. Cette impression de les connaître et de pouvoir évaluer la spontanéité de leurs sentiments peut

être interprétée aussi comme une forme d'engagement dans l'émission. Plusieurs d'entre elles se disent intéressées par la naissance et l'épanouissement de belles amitiés :

Annie : « A *Loft Story*, comme à *Occupation Double*, ils font des auditions, mais dans les auditions on dirait qu'ils se donnent l'air d'un personnage pour être pris, puis ils prennent le personnage mais eux ils changent totalement. »

Marie : « [Je préfère] ceux qui ont l'air le plus naturel, qui n'ont pas l'air de faire un jeu. Qui suivent ce qu'ils disent. Celles qui sont plus elles-mêmes et simples. »

Les interviewées repèrent aussi un manque de manipulation lorsque les participants fournissent des informations sur leur vie – comme leur provenance, leur éducation, leur famille, leur travail, qui sont tous des aspects également *vérifiables* :

Christine : « Il y en a que tu te dis : "On s'entend que lui il ira pas loin dans la vie !" Il fait cette émission pour être connu après. Il y en a d'autres qui font un bac, ont un emploi, connaissent leurs aspirations et, tu sais, ils vont là juste pour le fait que c'est le fun. »

Lina : « Au niveau professionnel, personne n'aspire vraiment à ce qu'ils font. Ils ont des emplois et des niveaux académiques juste relativement normaux, peut-être un petit peu au-dessus de la moyenne. »

Il semble que les téléspectatrices comprennent l'intensité dramatique de certaines situations extraordinaires auxquelles les participants font face. Mais plusieurs d'entre elles déclarent qu'il s'agit de situations de la « vraie » vie :

Lana : « Il n'y a pas de scénario, ils ne lisent pas un texte, c'est vraiment... il y a du quotidien. »

Claire : « [A *Occupation Double*] c'est du monde qui fait comme des affaires de la vraie vie, mais à la télé. »

Annette Hill (2005) a affirmé qu'une personne est perçue comme authentique si elle est considérée comme « fidèle à son essence, à un sentiment profond d'elle-même » (Idem : 74). Cet intérêt envers les personnalités et les comportements des participants est accentué et prolongé. J'identifie les moments d'authenticité comme les voies d'accès

des téléspectatrices à l'humanité des candidats. La télé-réalité se différencie du reste du panorama médiatique actuel justement parce qu'elle se construit autour de cette révélation de « l'essence » de ses participants. Les téléspectatrices doivent alors négocier ces perceptions d'authenticité avec différentes autres situations : les moments de performance des participants, les moments emphatisés par une charge émotive élevée, les manipulations et le montage des images. Cette négociation incessante – à laquelle certaines interviewées donnent un poids différent, selon leur niveau d'engagement dans l'émission – fait partie du plaisir de l'écoute et l'émission en gagne en suspens.

3.3 *L'engagement*

Des signes d'engagement émergent des analyses d'entretien. Dans une première partie de cette section, nous verrons comment l'engagement se traduit par certaines *actions* des interviewées qui dénotent une implication personnelle. En effet, selon la psychologie sociale de Kiesler (1971) et Beauvois et Joule (1981), les actes sont considérés comme les manifestations de l'engagement⁴³. Ces actions peuvent être conçues comme les gestes concrets effectués au cours de la réception par lesquels se traduit un sentiment d'engagement. Je décrirai certains contenus de la télé-réalité qui semblent atteindre la sphère des émotions des téléspectatrices plus que d'autres (Franchini, 2004). Dans une deuxième partie, je mettrai en lumière la négociation constante qui participe à l'engagement des téléspectatrices. Enfin, je tirerai des conclusions sur l'application du mécanisme de « réalisme émotionnel » aux émissions de télé-réalité. De plus, de nombreuses tensions semblent faire partie des formes d'engagement vécues par les interviewées. J'en discuterai tout au long de cette section.

⁴³ Kiesler fait référence à l'engagement sous la formule de « *commitment* ».

3.3.1 Les actions de l'engagement

Il est difficile d'identifier clairement comment se traduit l'engagement envers la télé-réalité, en raison des tensions qui composent le texte et la réception. En effet, les formes que l'engagement peut prendre subissent de nombreuses négociations de la part des récepteurs. Cependant, j'essayerai d'en isoler quelques unes.

L'engagement peut se traduire par une écoute fidèle (dans le cas de *Loft Story*, tous les jours). Celle-ci peut être accompagnée d'une recherche d'informations supplémentaires sur Internet ou de l'écoute de programmes de radio et de télévision qui couvrent les potins de l'émission de télé-réalité. Le premier est un acte volontaire, tandis que le deuxième peut arriver aussi par hasard :

Marie-Claude : « J'ai pas vraiment acheté de revues pour lire les potins. Bon, c'est sûr que si quelqu'un en parle je vais l'écouter. Des fois à la radio le matin, je pense à Radio Énergie qui recevait l'évincé [...], oui, par Radio Énergie je l'écoutais. »

Marie : « Pour te dire comment j'étais fan, j'allais sur le site Internet pour regarder. J'ai pas payé pour avoir des potins en surplus, mais j'allais lire un peu ce qu'y était écrit, je participais aux sondages, je pouvais voir aussi, vu que je paye avec Vidéotron, ben je pouvais voir en direct qu'est-ce qui se passait dans la maison. ».

Malgré l'attention prolongée donnée aux émissions, aucune des interviewées ne s'est déclarée prête à investir de l'argent pour disposer de plus d'informations et de nouvelles. Elles n'achètent pas de presse spécialisée⁴⁴ et ne sont pas disposées à payer pour avoir accès aux images secrètes non transmises par l'émission. De plus, elles consacrent du temps supplémentaire à la recherche de potins dans d'autres médias à condition que ce soit gratuit. Cette recherche d'informations est, au contraire, absente auprès des téléspectatrices plus distraites (Laurence, Elise), comme on s'y attendait.

⁴⁴ Au Québec, parmi les magazines « à potins » plus branchés sur les histoires des télé-réalités, nous trouvons *7 Jours*, *La Semaine* et *Dernière Heure*.

L'interactivité que ce genre télévisuel propose comme une de ses caractéristiques distinctives (Holmes, 2002), est absente. Aucune des interviewées ne s'est proclamée favorable à dépenser de l'argent pour influencer sur le déroulement de l'émission. L'interactivité est un instrument potentiel de participation mis à la disposition des téléspectateurs, qui sont libres de l'utiliser. Le refus de son emploi de la part de ce petit nombre de téléspectatrices pose toutefois une question sur l'intérêt effectif de l'interactivité. De nombreuses recherches sur la télé-réalité ont souligné comment cette caractéristique – déjà présente dans les plus anciens talk-shows – a pris la forme d'une innovation déterminante pour ces émissions. L'interactivité propose, en fait, une structure de participation multidimensionnelle (Schrøder, 2003). La réception interactive, évolution de la réception active (Tincknell & Raghuram, 2004 ; Livingstone, 2005), ferait partie d'une toute nouvelle manière de concevoir la relation qui se crée entre auditoire et média. On constate, malgré cela, qu'aux yeux de cette poignée de téléspectatrices, cet instrument de participation proactive ne s'intègre pas à leur écoute habituelle. Elles se disent contraires à « jeter » (Laurie) de l'argent dans des usages si futiles⁴⁵. Il serait intéressant d'approfondir cet aspect par des études basées sur les usages réels des consommatrices, afin de redimensionner l'utilisation des instruments d'interactivité.

Regarder une émission de télé-réalité est aussi un divertissement léger, une distraction. Cela ne demande pas de gros efforts de compréhension et c'est vécu par certaines interviewées comme un moment de détente, jamais dramatique, toujours drôle. Le moment de l'écoute de l'émission correspond parfois à un débranchement des devoirs de la journée, et n'engage pas le téléspectateur à une réception active ou d'opposition. Le plaisir est de se laisser emporter par les contenus légers de l'émission. En effet, comme le souligne Hermes (1993 : 493) « *From time to time we all engage in virtually meaningless media use* » :

⁴⁵ On se rappelle que, pour participer interactivement à l'émission *Loft Story* ou *Occupation Double*, il suffit d'envoyer un message SMS du cellulaire, qui peut coûter au maximum un dollar.

Elise : « Il faut vraiment que ce soit léger, drôle, avec des intrigues. Si c'est trop exigeant, non, parce que toute la journée je dois avoir la tête bien branchée et tout, fait que le soir je veux me relaxer. »

La critique et le jugement sur l'émission et les participants sont une partie importante du plaisir de l'écoute. Les conversations entre téléspectatrices leur permettent de discuter de certains aspects des participants et du programme, ainsi que de confronter leurs opinions. C'est autour des participants que se font la majorité des conversations et les sujets varient souvent selon l'épisode de la veille. L'attention est portée surtout sur les personnalités et les relations qui se forment au sein des groupes, sur les comportements et les réactions à certaines situations contraignantes, sur les stratégies de jeu et les performances. C'est le partage avec les autres qui anime les conversations sur la télé-réalité. Potiner, se mettre à jour sur les dernières nouvelles, se confronter sur les participants plus ou moins aimés, discourir sur leurs stratégies de jeu, porter des jugements sur ce comportement ou cette réaction, sont des composantes importantes de la dynamique interpersonnelle qui se crée autour de l'émission. Chez les interviewées on retrouve plusieurs niveaux d'intérêt qui se différencient par le moment et le lieu de l'écoute. La présence d'autres téléspectateurs se manifeste par une espèce de « pression » sociale – mitigée, bien sûr – qui induit une volonté de partager cet intérêt commun. Cependant, lorsqu'elles se confrontent à des personnes qui ne regardent pas la télé-réalité, elles esquivent le sujet à cause de la stigmatisation sociale que la télé-réalité subit (Laurence, Lina). En général, toutes les discussions qui se font autour de ces émissions deviennent un moyen de négocier ses contenus :

Christine : « En général, j'aime ça parler d'eux. En plus de parler des événements, je parle beaucoup des participants, de leurs personnalités, puis y en a que j'aime pour la personnalité, y en a que je déteste pour leur personnalité, au-delà des gestes.... »

Claire : « Mon chum trouve ça ridicule, il n'aime pas ça. Ben, à la fin [...] on écoutait les deux devant l'ordinateur, on trouvait ça drôle, on riait. »

Annie : « Moi je l'écoutais avec ma mère. [...] Elle aimait un personnage, moi j'aimais un personnage, et on argumentait pour voir qui avait le meilleur ! »

Chaque interviewée a une histoire d'écoute différente. Considérons Christine : elle regarde *Occupation Double* depuis sa première saison, quand elle fréquentait encore l'université et passait les soirées de l'émission avec ses amies pour se détendre. L'écoute accompagnait un souper convivial et était un moment de plaisir partagé avec ses amies. Puis elle avait abandonné l'émission, décidée à ne plus la regarder, jusqu'à l'arrivée de la nouvelle saison. En parlant de l'émission, ses collègues de travail, ses amies et sa sœur ont réveillé sa curiosité :

Christine : « J'ai des amis qui disent "*Occupation Double* commence dans 2 semaines, j'ai tellement hâte !" [...] Ma sœur me parle qu'il arrive telle chose, elle me dit que lui est vraiment beau, puis c'est une autre amie qui vient me parler de ça, puis encore une autre amie, puis des collègues de travail qui l'écoutent. [...] De fil en aiguille j'embarque dedans puis je finis par l'écouter ! »

Marie aussi dit avoir écouté toute la dernière saison d'*Occupation Double* en « gang de filles ». Cela se traduisait souvent par des soupers en groupe pour regarder l'émission télévisée, qui à un moment donné pouvait passer en second plan. Elle considère ces occasions comme de très belles soirées passées entre amies. Le plaisir de l'écoute semble donc cohabiter avec celui de se retrouver.

Laurie (de 17 ans) écoute souvent l'émission avec sa cousine et quand elle ne peut pas, elles s'appellent et en discutent ensemble. Ces occasions deviennent des habitudes. Annie (aussi de 17 ans) partage l'écoute avec sa mère en souplant. Comme Bellemare *et al.* (1994 : 43) l'ont souligné dans leur étude sur les usages télévisuels des adolescents, « même quand un adolescent regarde la télévision seul, son plaisir n'est jamais solitaire. Les programmes ont été et seront discutés avec les autres. Souvent ils seront même commentés en direct grâce au téléphone. »⁴⁶

L'écoute de ces émissions a donc un aspect social. Selon Hall (dans Morley, 1986) les conversations sur la télévision sont souvent critiques et permettent une interaction avec l'entourage. Elles sont aussi un soutien pour l'engagement et l'identification, à

⁴⁶ Nous le verrons encore par la suite, dans la section dédiée aux admiratrices.

différents degrés, avec ce qui est présenté sur l'écran. Différents niveaux d'implication dans l'écoute ne sont pas incompatibles. Les commentaires – même les plus hardis – au lieu d'empêcher une identification, semblent faire partie du plaisir. Ils permettent, en fait, au flux de la télé d'être incorporé à celui de la vie de tous les jours. L'écoute peut créer des solidarités et des alliances entre les membres d'un groupe ou simplement fournir une excuse pour être ensemble. Partager ce moment avec d'autres personnes pourrait être vu comme une forme d'engagement. La « réception secondaire » (Breton *et al.*, 2002), que dorénavant je préfère nommer « réception prolongée »⁴⁷, engage les récepteurs dans une confrontation avec les autres au sujet de certains contenus de l'émission. La réception prolongée se développe de façon très différente selon les interviewées et comprend plusieurs facettes. Cependant, les conversations et l'écoute avec d'autres personnes semblent être les formes de réception prolongée les plus diffusées, tandis que la quête de nouvelles et de potins sur d'autres moyens d'information est moins présente et ne se manifeste qu'à des conditions particulières (la gratuité et l'accessibilité, en premier lieu).

L'écoute ne se limite donc pas à l'*acte* d'écouter, mais inclut les actes sociaux liés à l'émission, comme les moments de partage. Ces discours intègrent les contenus de la télévision à la vie de tous les jours, aux expériences personnelles, et ces contenus sont négociés lors de la confrontation avec d'autres personnes (Morley, 1986). A mon avis, la « réception prolongée » devrait être vue comme la prolongation du plaisir de la télé-réalité ainsi que comme une forme de l'engagement de ses téléspectatrices.

Le partage est présent non seulement auprès des fans, mais aussi auprès des réceptrices plus sceptiques. En effet, regarder l'émission avec une autre personne (dans le cas de Laurence et de Claire) est une des raisons qui les ont poussées en premier lieu à la regarder. Les plaisanteries, les commentaires sarcastiques et les jugements font autant partie de l'écoute que le visionnement. Le type d'engagement qui en dérive se différencie en cela de celui des admiratrices, puisque n'apprécier que le côté comique et

⁴⁷ L'épithète « secondaire » semble en fait suggérer qu'il existe une réception « primaire », nommée ainsi selon une distinction hiérarchique. En vérité, la réception se fait de moments (temps) et de lieux (espace) et doit être considérée comme une totalité. L'introduction de l'adjectif « prolongée » veut, donc, simplement réaffirmer que la réception n'est pas un processus qui se limite au premier moment de l'écoute, mais au contraire que la négociation du texte se poursuit dans le temps et dans l'espace.

ridicule de ces émissions permet de garder une distance avec elles (Pasquier, 2005). Il est aussi intéressant de remarquer que ces deux interviewées écoutent parfois toutes seules ces émissions. Le plaisir du commentaire sarcastique, donc, se perd. Elles continuent cependant à répéter leur aversion envers ces émissions. Mais alors, pourquoi les regarder si la raison principale de l'écoute vient à manquer – soit le jugement porté sur les participants ? Cela suggère que la seule critique ne suffit plus à leur plaisir de la télé-réalité, mais qu'un autre type de plaisir s'insère dans leur réception. Le plaisir peut donc se traduire par la curiosité de connaître la suite, par l'écoute passive et déconnectée dans un simple but de détente, par le plaisir du jugement solitaire ou bien (qui sait) par un attachement progressif aux histoires et à certains protagonistes.

Certaines interviewées ont admis avoir observé les comportements et surtout les relations des candidats dans le but de les comparer à leur propre vie. Comme l'a avancé Ang (1985), les participants de ces émissions sont le véhicule principal de l'engagement. L'attachement se manifeste lorsque les téléspectatrices se sentent en symbiose avec certains participants, quand les personnalités et les objectifs de vie se ressemblent (Idem). La sensation, en outre, que ces personnes « ordinaires » pourraient un jour devenir des « amies » (Lina, Lana, Laurie, Annie) est significative de la considération que les interviewées leur vouent. Les participants sont perçus comme des pairs ou, du moins, comme des personnes « ordinaires » en train de vivre une expérience surprenante. Les admiratrices manifestent un intérêt constant pour les histoires des participants et la découverte de leurs personnalités. Ces émissions semblent créer un attachement progressif aux candidats, qui se traduit par le développement d'un sentiment de familiarité. Il se crée une forme d'empathie et une attention particulière à leur mode de vie et de penser. Naissent des préférences pour les participants dont le type de caractère se rapproche le plus à celui de l'interviewée :

Marie-Claude : « Tu t'accroches... ben je me suis accrochée aux personnalités de quelques uns. »

Laurie : « Quand ça finit, t'es comme triste, ça fait comme un changement dans ta tête de ne plus les voir. »

Les interviewées semblent curieuses d'observer une autre personne dans les situations de la vie de tous les jours. Les participants sont des personnes « ordinaires », ils peuvent donc répondre à des situations de vie que les téléspectatrices peuvent rapporter à leur propre expérience (Hill, 2002). Ces réactions ne sont pas prévues par un scénario ou dictées par l'esthétique du show, mais sont les réponses spontanées de gens « ordinaires » à des situations du quotidien. En outre, suivre les vicissitudes des participants permet de les connaître. L'observation, l'analyse et la découverte des personnalités et des relations font donc partie d'un engagement progressif de la part des téléspectatrices :

Lana : « On dirait qu'ils mettent exprès toute sorte de personnalités ensemble, mais on dirait qu'on se retrouve dans chaque personnalité. [...] Je me demande tout le temps comment je réagis à leur place. »

Christine : « Je pense quelque chose de chacun. [...] On apprend, on a l'impression qu'on les connaît. Vraiment. On a l'impression de savoir quelles seront leurs réactions, c'est quoi leurs désirs, qu'est-ce qu'ils ont pas le goût d'avoir, on a l'impression qu'on le sait. Je découvre du monde, puis j'apprends à les découvrir, tu découvres la personnalité de l'autre dans le fond. »

Les répondantes prennent plaisir à observer les comportements des participants pour en démêler les aspects qui sont réels de ceux qui le semblent seulement. Elles identifient les manipulations médiatiques sous-jacentes ou les performances des candidats. Elles développent la capacité de reconnaître les comportements et les actions emphatisés ou manipulés, pour isoler les moments de performance des manifestations d'authenticité. Ce travail incessant entre réalité et fiction produit un sentiment de suspense auprès des téléspectatrices, curieuses d'apprendre la suite du jeu stratégique des participants ou bien d'approfondir la connaissance de leur humanité. La performance, en fait, crée le spectacle dans l'émission et nourrit le suspense :

Marie-Claude : « Je pense qu'il y en a beaucoup qui se sont créés des noms... tu sais, je pense que le monde comme Sébastien, moi je pense que c'était un rôle qu'il jouait, et il y en a beaucoup que je pense l'ont pris au sérieux et l'ont vraiment haï. »

Malgré la connaissance progressive qu'elles ont des participants, les interviewées perçoivent cette tension : est-il sincère ou joue-t-il un personnage ? Etre capable de résoudre cette ambiguïté est une capacité que l'on entraîne au cours de l'émission. Cet exercice est souvent au centre de l'intérêt qu'elles portent aux candidats.

Les plus jeunes (Annie et Laurie), semblent plus proches de l'image que l'on a de « *fandom* ». ⁴⁸ Le type d'émotions éprouvées au cours de la réception – la haine, la colère, la compassion, l'angoisse, etc. – montrent une cohérence avec leur autodéfinition de fans. Cela démontre une participation intense de la sphère sentimentale (Pasquier, 2005). A cet âge (17 ans), la télévision devient un formidable support à « *l'expression de soi* » (Pasquier, 2005 : 81) des filles, car elles y explorent les différents scénarios de l'amitié et de l'amour. Ces scénarios sont ensuite commentés avec l'entourage, surtout à l'école (Bellemare *et al.*, 1994 ; Valdivia, 1999) :

Laurie : « Quand Vincent et Francis ont été éliminés, [Elodie] criait "chuis outrée, chuis outrée !" »

Annie : « Tout le monde n'arrête plus de niaiser avec ça, ça n'a même pas de bon sang. »

Laurie : « Ben oui, à l'école [...] à chaque fois que la prof dit "outrée", tout le monde faisait "outrée, outrée !" »

Ces dialogues, qui vont de la plaisanterie à l'échange d'opinions permettent de « parler de soi sous couvert d'un personnage » (Pasquier, 2005 : 82), d'affirmer des préférences physiques ou de porter des jugements moraux. Ils permettent aussi d'évaluer ce que d'autres pensent du même sujet. Les émissions sont des moyens particulièrement utiles pour exprimer leurs propres identités. Les filles parlent très facilement des émotions qu'elles éprouvent en regardant ces émissions et évoquent leurs liens avec tel ou tel participant (Bellemare *et al.*, 1994) :

⁴⁸ Terme anglais qui indique « être fan », « être un admirateur ».

Laurie : « Moi au début je les déteste, puis après ça je les aime. »

Annie : « Moi, à toutes les fois qu'il devait sortir, je me fâchais parce qu'il partait pas. A toutes les fois j'étais vraiment enragée. »

Un fan n'est pas seulement un téléspectateur assidu, mais « c'est quelqu'un qui doit afficher sa passion sur la scène sociale et se tenir parfaitement informé de la vraie vie de ses idoles. On n'est pas fan tant qu'on ne se montre pas comme tel au regard des autres » (Pasquier, 2005 : 85) :

Laurie : « Moi, *Loft Story*, si j'en manquais un... ça me faisait de la peine. J'aimais vraiment ça. Ouais, j'étais une vraie fan. Et j'aurais aimé ça, mettons, si j'avais pu les rencontrer... »

Cette forme d'engagement apparaît de façon plus mitigée auprès des autres interviewées et ne se manifeste pas de façon constante. Par contre, ce qui est présent dans la totalité des entrevues, c'est la tendance à transformer l'émission en événement social, soit par l'échange de potins, soit par des « soirées de filles » ou des soupers, soit par des commentaires glissés dans d'autres milieux.

3.3.2 Un engagement constamment négocié

L'engagement dépend de la définition que chacune lui accorde, des situations particulières d'écoute, des opinions personnelles et des jugements des autres sur l'émission. Cependant, les fans, autant que les non-fans, se montrent critiques envers le contenu des émissions de télé-réalité. Elles expriment des remarques détaillées sur le contenu et les étayent par des exemples concrets.⁴⁹ Et pourtant ces critiques sont accompagnées de l'appréciation enthousiaste d'autres aspects de l'émission. Cette négociation constante sur la moralité de la télé-réalité représente la particularité de son écoute et de l'engagement que peuvent éprouver ses téléspectatrices.

⁴⁹ Nous verrons par la suite la panoplie des commentaires déployée à l'égard des participants.

Plusieurs d'entre elles se sont prononcées contre la diffusion d'une prochaine saison des émissions *Occupation Double* et *Loft Story*, qui ont fait leur temps et semblent désormais avoir montré tout ce qu'elles pouvaient. Il faut souligner que cette attitude se manifeste surtout envers l'émission *Loft Story* :

Marie-Claude : « A la fin je suis tannée. J'aurais pas continué ça encore. Je pense que je m'attache plus à des téléromans qu'à de la télé-réalité. Pourquoi ? Ben, parce que c'est trop du pareil au même. [...] Ça fait son temps. Deux mois là, pour moi c'est en masse. »

Marie : « Tu sais, quand l'émission est finie, oui : on passe 2 ou 3 commentaires, mais c'est tout de suite fini après. »

Les interviewées, que j'ai rencontrées 3 à 6 mois après la fin des émissions de télé-réalité, sont incapables de se souvenir des noms des participants pour lesquels elles ont perdu tout intérêt peu après la fin de l'émission. Quelques unes regrettent d'avoir consacré tant de temps et d'attention au programme et se proposent de ne plus répéter cette erreur. Pour d'autres encore, les vicissitudes relationnelles qu'elles suivent avec tant d'intérêt, ne provoquent aucune émotion particulière, car l'émission reste un divertissement. Voici un extrait de l'entrevue avec Lina, qui a suivi chaque épisode de l'émission *Occupation Double* dès sa première apparition télévisuelle en 2003 :

« Ça ne me donne pas une émotion quelconque. C'est le fun à regarder. Ça ne me met pas de bonne humeur ou de mauvaise humeur ces émissions-là. Ça n'affecte pas mon humeur. »

Ainsi, même les téléspectatrices plus assidues conservent une distance avec l'émission. Cependant, l'âge des candidates joue aussi, car les deux plus jeunes semblent prendre l'émission plus à cœur, du moins elles manifestent moins de distance. Les non-fans, de leur côté, montrent une attention moindre pour les candidats et les programmes, elles mettent toutes les émissions de télé-réalité dans le même panier et semblent garder toujours un détachement critique. Pour elles, il s'agit surtout d'un moment de distraction, qui dure le temps de l'émission.

3.3.3 (TV) Réalité et fiction : différents niveaux d'engagement

Les interviewées font fréquemment et spontanément des associations entre les programmes de télé-réalité et les textes de fiction – comme les livres, les téléséries, les téléromans ou les films. Elles ont des opinions discordantes sur l'intensité de l'attachement que produisent les uns et les autres. Cependant elles apportent toutes la même justification à leur attachement (quel qu'il soit) en identifiant les protagonistes de l'émission comme le centre de leur engagement : les personnes « ordinaires » sont les protagonistes de la télé-réalité comme les personnages de fantaisie le sont de la fiction. Certaines interviewées se déclarent engagées envers la télé-réalité justement à cause du caractère « ordinaire » des participants. Elles montrent un niveau d'engagement plus faible envers la fiction à cause de la présence d'acteurs professionnels et vice-versa. D'autres interviewées disent être plus attachées aux fictions justement parce que les protagonistes ne sont pas des personnes « ordinaires », mais des personnages de fantaisie.

Prenons le cas de Lina. Elle parle de façon presque analytique des personnalités des participants et se souvient de plusieurs aspects des relations. Elle montre donc un certain engagement. Cependant, elle déclare ne se sentir nullement engagée dans leurs histoires. De plus, elle avoue éprouver un attachement bien supérieur pour des livres ou des films, car ils lui permettent d'approfondir le sens du texte et d'en apprendre sur elle-même :

«Je réécoute ça... même les téléséries, ou n'importe quoi, je suis capable de les regarder 2 ou 3 fois ! [...] Ça me permet de voir ma propre évolution dans ma manière de regarder un film. Tu sais, je trouve ça drôle de voir comment je réagissais avant et tout ce que je voyais pas dans le fond. »

Elise écoute *Occupation Double* tous les dimanche soirs avec sa colocataire et en parle souvent avec ses collègues de travail et ses amies. Pourtant elle dit la considérer seulement comme une distraction plaisante et superficielle, alors qu'elle accorde plus d'intérêt et d'attachement à la télésérie américaine populaire *Sex and the City* :

« Les deux derniers mois je me suis tapée toutes les séries de *Sex and the city*. [...] J'ai vraiment adoré ça. Parce que je trouve que malgré la superficialité, il y a une certaine profondeur dans ce que les filles disent. [...] [Dans la télé-réalité] je mets pas tant d'attention que ça. C'est juste pour le côté superficiel, le décor, les gens de quoi ils ont l'air, comment ils sont maquillés, comment ils sont habillés, le genre d'endroits où ils voyagent... vraiment, c'est superficiel. »

Marie-Claude ne manque pas un épisode de *Loft Story* ou d'*Occupation Double*. Elle discute souvent de ces émissions avec son entourage et suit attentivement les nouvelles et les potins à la radio. Pourtant elle affirme qu'elle se lasse de regarder la télé-réalité, en raison d'un manque d'innovation et de la répétitivité des émissions :

« Je pense que je m'attache plus à des téléromans qu'à de la télé-réalité. Pourquoi ? Ben parce que c'est trop du pareil au même. »

Je veux apporter un dernier exemple qui provient de l'entrevue avec Marie. Cette interviewée, grande admiratrice d'*Occupation Double*, est la seule qui a soulevé l'idée de rêve liée à la fiction, aux grandes histoires de passion et d'exotisme qui permettent aux lecteurs de se laisser entraîner dans des voyages de fantaisie. La télé-réalité, au contraire, est bien ancrée dans la quotidienneté et son protagoniste est la personne « ordinaire » (et non *extraordinaire*) qui répète ses actes routiniers devant les caméras :

« Une des raisons pour lesquelles j'aime écouter des émissions américaines, c'est parce que ça me fait rêver. »

Camille : « Est-ce que la télé-réalité aussi te fait rêver ? »

« Moins. C'est comme plus réel, il y a des gens comme nous, c'est pas des grandes histoires. »

Ces extraits proviennent des entrevues avec de grandes amatrices de la télé-réalité. Il y a une contradiction entre le type d'engagement qu'elles portent à la télé-réalité et à la fiction. Même auprès des fans, l'attachement déclaré pour la télé-réalité ne dépasse pas (et parfois ne rejoint même pas) celui éprouvé pour des romans ou des films.

3.3.4 Un engagement dans le « réel »

L'engagement dérive de la possibilité pour les téléspectatrices de participer au monde de la télé-réalité, comme l'avait annoncé Ang (1985) pour les soaps. En fait, elles peuvent discourir des participants comme elles le feraient concernant des personnes de leur entourage. Hill (2005) avait avancé que, lorsque le récepteur perçoit un personnage télévisuel comme « vrai », « réel » et « authentique », il se laisse engager plus facilement dans ses histoires et développe un sentiment d'empathie plus profond qu'avec un personnage de fiction. Le mécanisme du « réalisme émotionnel » semble être orienté vers une nouvelle forme. Ce mécanisme s'instaure normalement dans la réception de la fiction, comme soaps, téléseries ou films, selon les études de Ang (1985), Hermes (1995) et Hill (2005). Mais il peut apparaître aussi à la réception de la télé-réalité, à cause de sa nature ambivalente – à la fois « réelle » et fictive.

Plusieurs interviewées se déclarent plus engagées par l'écoute d'un film ou de leur téléroman préféré. Bien qu'elles se disent des fans de télé-réalité, elles semblent éprouver un engagement limité dû au caractère « ordinaire » des participants. Cette perception naît de l'observation de personnes « ordinaires » qui s'exhibent à l'écran dans un quotidien médiatisé. En effet, la distance virtuelle, qui existe normalement entre un téléspectateur et les personnages d'un film, semble parfois disparaître avec les candidats de la télé-réalité, qui sont perçus comme des Monsieur et Madame Tout-Le-Monde. Le « réalisme émotionnel » n'a pas lieu d'être, car les participants sont déjà « réels ». Ils se trouvent au même niveau que les téléspectatrices et non pas dans l'Olympe des célébrités. Au lieu de fasciner comme le font les acteurs de téléromans ou de films, les candidats apparaissent aux yeux des téléspectatrices comme des personnes communes, anonymes. Les interviewées parlent des participants comme elles le font des personnes de leur entourage, comme on peut le constater de ces brefs extraits :

Marie-Claude : [en parlant d'un candidat] « Finalement peut-être que c'était pas ce qu'il voulait... je sais pas, je le connais pas. »

Christine : « Kim, qui est pleine de vie, tu voyais qu'elle prenait ça positivement pendant l'émission, je suis sûre qu'elle adorait ça d'être là, juste pour le fait qu'elle s'épanouissait bien là-dedans. »

Comme il a été mentionné précédemment, plusieurs interviewées ont déclaré ressentir une proximité (Mehl, 2003) avec certains candidats telle qu'elles les perçoivent comme des amis. A ma question sur le type de réaction qu'elle aurait si elle rencontrait un participant, Lina a répondu : « Je serais mal à l'aise. Sérieusement ! J'en connais trop sur eux ! ». Cela suggère une certaine familiarité avec eux. Peut-on, donc, se sentir *engagés* envers des personnes du quotidien ? Les sentiments de proximité et de familiarité sont la traduction de l'engagement dans un contexte plus « réel ».

Au début de mon analyse, je pensais que le « réalisme émotionnel » pouvait créer un paradoxe intéressant pour la télé-réalité, puisqu'elle prétend montrer le « réel » et qu'il n'y a rien de plus réaliste que le réel. Mais, en fait, il ne s'agit pas du même processus de classification.⁵⁰ Toutes les interviewées, fans ou non, perçoivent les personnes montrées par la télé-réalité comme « réelles » et « ordinaires ». Il n'y a pas de place pour la fiction ici. Il n'y a donc pas de raison pour que le « réalisme émotionnel » se produise non plus. Les interviewées prononcent des jugements, semble-t-il, comme elles le feraient à l'égard des personnes de leur entourage et non comme sur des personnages d'un récit. La réception de la télé-réalité est donc différente de celle d'un film ou d'un téléroman, car les téléspectatrices savent qu'elles observent une vitrine sur les comportements spontanés (la plupart du temps) d'êtres humains. L'engagement, quand il a lieu, varie d'intensité selon les téléspectatrices et dépend des conditions d'écoute. Les paramètres d'engagement profond sont les mêmes qu'elles déploient dans la vie de tous les jours à l'égard des personnes qui les entourent. Les interviewées montrent à l'égard des participants auxquels elles sont le plus attachées la même attitude qu'elles ont pour leurs amis. Elles peuvent manifester pour d'autres candidats une attitude de rejet, identique à celle qu'elles ont pour les personnes de leur entourage qu'elles n'aiment pas. Plusieurs interviewées ont l'impression de connaître les participants et choisissent les personnalités les plus proches de la leur. Elles se mettent à leur place dans des situations difficiles et imaginent leurs propres réactions dans les mêmes conditions. Certaines avouent même avoir passé tellement de temps avec les participants,

⁵⁰ Je rappelle que c'est la *structure de sentiments* présente dans le récit qui doit être réaliste, c'est-à-dire cohérente avec celle du téléspectateur, qui peut ainsi s'approprier du contenu.

qu'elles se sentent tristes de les abandonner en fin de saison. Bien que plusieurs d'entre elles affirment ne plus vouloir l'écouter, elles éprouvent un sentiment de nostalgie lors du dernier épisode de l'émission.

3.4 *La représentation du temps*

Au cours de mon analyse, je me suis aperçue que le temps est un élément clé de la représentation de la réalité par la télé-réalité. En fait, ce genre télévisuel utilise le temps de telle façon à véhiculer un sentiment de réalité, de « vrai ». Cette perception particulière du temps semble participer à la réception de la télé-réalité, bien qu'elle n'ait jamais été exprimée clairement par les interviewées.

La caméra saisit certains instants du quotidien des participants. Les téléspectateurs assistent aux moments les plus banals des journées des candidats. Ce n'est pas la première fois que des gens « ordinaires » apparaissent à la télé,⁵¹ pourtant nulle part ailleurs l'on assiste au déroulement total de leurs journées, ni à la représentation fidèle (ou presque) du temps qui s'écoule. L'intérêt n'est donc pas seulement pour la présence de Monsieur Tout-Le-Monde sur l'écran, mais pour l'observer vivre dans sa journée lorsque nous, nous vivons la nôtre ainsi que pour suivre ses actions au moment où elles ont lieu. C'est peut-être cet aspect, plus que tous les autres, qui différencie la télé-réalité de la fiction. Pour mettre en évidence cette différence, je décrirai trois scènes qui proviennent respectivement d'un film, de *Loft Story* et d'*Occupation Double*. Ces trois extraits représentent quasiment les mêmes gestes, qui appartiennent au quotidien de tous.

Le premier est un extrait de la comédie « *Tanguy* », film français réalisé en 2001 par Etienne Chatiliez. La scène sélectionnée commence à 5'50'' et fini à 6'35'' :

⁵¹ Rappelons-nous des premiers « Candid Camera », « Wheel of fortune » et les vidéos amateurs.

5'50'' : Tanguy écoute un message au répondeur en se déshabillant.

6'04'' : Plan suivant : il se sèche en sortant de la douche.

6'08'' : Maintenant il se trouve dans la cuisine. Habillé de pantalons de jogging et d'un sweat-shirt, il prend des notes sur un cahier en grignotant des crackers.

6'26'' : Il se rend compte de l'heure et se lève de table.

6'28'' : Plan suivant : il est soigneusement habillé et coiffé, il prend les clés et deux bouteilles de vin dans la cave et part.

Toutes ces actions ont lieu dans un laps de temps de 45 secondes. Maintenant, nous pouvons observer ces mêmes gestes routiniers dans un autre extrait, cette fois-ci pris de *Loft Story* (sur www.youtube.com, sous le nom de « On se prépare... 19h30 ») et d'une durée d'environ 6 minutes.

Dans une chambre, des filles sont en train de se préparer – l'une s'habille, une autre se met de la crème ou se coiffe – et un garçon est étendu sur un des lits et parle avec elles :

0'10'' : Weronika se passe de la crème sur les bras.

0'16'' : Elodie, la tête entourée d'une serviette, parle à Francis, en rangeant quelque chose dans un tiroir.

0'31'' : Ils continuent de parler pendant qu'on voit Weronika qui a fini de se mettre la crème, s'assoit sur le lit et semble hésiter.

0'45'' : Tout en parlant, Elodie prend des bijoux sur sa table de chevet. On voit en deuxième plan Weronika qui cherche quelque chose sous ses draps. Crystal aussi rentre dans le plan et se dirige vers le fond pour se regarder dans le miroir.

1'02'' : Les trois filles s'approchent pour parler avec Francis, pendant que Weronika enfle un short, Crystal arrange sa ceinture, Elodie met un collier et se regarde dans le miroir. Cette scène dure 36 secondes.

1'38'' : Premier changement de caméra. Toujours les mêmes trois filles mais sous un angle différent.

1'44'' : Nouveau changement de caméra. Nous voyons Cristelle assise sur le lit qui se fait boucler les cheveux par Delphine, debout derrière elle.

1'55'' : Crystal traverse la chambre pour aller chercher une brosse-à-cheveux et se peigne devant le miroir.

2'12'' : Retour à la première caméra, qui cadre seulement quatre participants. Elodie se coiffe et se regarde dans le miroir, Francis discute toujours étendu sur le lit, Weronika ajuste son soutien-gorge, Crystal dépose la brosse sur la commode.

2'36'' : Weronika se met du déodorant et ensuite de la crème sur le visage...

L'extrait dure encore 3 minutes et demie environ, et les actions ne se diversifient pas grandement. Voici à présent un extrait d'*Occupation Double* (sur www.youtube.com, sous le nom de « Occupation Double – Prédiction »), d'une durée de 1'05'' :

0'01'' : Première caméra : une cuisine, une fille parle en tenant une tasse à la main, qu'elle repose sur la table. Entre temps une personne traverse le champ de vision.

0'16'' : Changement de caméra. On voit deux autres filles assises de l'autre côté de la table, l'une tartine une tranche de pain, l'autre déplace des fruits dans son assiette.

0'25'' : Retour à la première caméra. La fille arrête de parler, souffle sur son café, en prend une gorgée et repose doucement la tasse sur la table.

0'33'' : Retour à la deuxième caméra. La fille finit sa tartine et prend un yogourt, l'autre est en train de manger aussi. Entre temps une quatrième fille traverse le champ de vision, dépose un verre sur la table et repart.

0'45'' : Cette dernière fille revient tout de suite, pendant que la première continue de parler et prend une gorgée de sa tasse.

0'56'' : Changement de plan, la quatrième fille ouvre des placards à la recherche de quelque chose, en sort une tasse et les referme. Elle se sert une tasse de café. La première fille prend une autre gorgée et redépose la tasse, toujours en parlant.

On assiste donc à un usage différent du temps dans le film et dans la télé-réalité. Dans les scènes de vie quotidienne de Tanguy, les actions sont orchestrées à des intervalles presque égaux, saccadées par plusieurs coupes. De chaque action nous ne pouvons voir que quelques images qui suggèrent le déroulement du temps dans le récit. La télé-réalité, au contraire, reproduit fidèlement les secondes des actions et la caméra joue le rôle d'œil sur la scène pour les téléspectatrices. Les changements de plan fonctionnent comme un changement de regard sur la même action et probablement ils sont adoptés pour fixer l'attention du téléspectateur.

Les interviewées se réfèrent souvent à la télé-réalité comme à un miroir de la « vraie vie ». En effet, par la phrase « c'est de la vraie vie », prononcée par plusieurs interviewées, on indique la possibilité d'observer des actions et des routines tout le long de leur durée « réelle ». Les effets de caméra, comme la coupe et le montage, sont présents car l'émission doit résumer les épisodes pour pouvoir les transmettre. Cependant, les téléspectatrices peuvent, si elles le veulent, observer les

participants à tout instant en payant un forfait sur Internet. De plus, les épisodes transmis le soir montrent des extraits de la journée des candidats. Certaines actions sont choisies parmi la totalité de celles de la journée et souvent sont transmises dans toute leur durée. Les effets de montage et de coupure articulent la représentation des différentes actions.

La composante du temps réel n'est pas accessoire à la façon de recevoir l'émission, au contraire : pour les téléspectatrices, qu'elles soient fans ou non, l'impression de partager un même « présent » avec les candidats est très vive.

La question générale qui a orienté les entrevues et mon analyse porte sur les formes d'engagement que la télé-réalité peut induire. Le vécu quotidien traverse la réception et il est impossible de comprendre son processus sans le mettre dans son contexte. De plus, les tensions du texte jouent un rôle dans la réception. L'engagement peut prendre différentes formes et souvent il est négocié avec ces tensions.

Je croyais que les émissions de télé-réalité engendraient du « réalisme émotionnel ». Mais les téléspectatrices perçoivent certaines manifestations de sentiments et certains caractères comme réels, présents dans l'émission et en dehors d'elle, authentiques et cohérents avec la nature profonde des participants. La structure de sentiment qui permet à chacun de comprendre la vie de tous les jours permet aussi de comprendre certains contenus de la télé-réalité : l'authenticité, la spontanéité, la sincérité sont des caractéristiques distinctives de ses contenus. Certaines actions des candidats (échanges verbaux, gestes routiniers, manifestations d'états d'esprit, etc.) sont filmées et représentées à l'écran dans toute leur durée. Cela permet aux téléspectatrices de les observer telles qu'elles ont été exécutées, car elles sont représentées dans toute leur extension. Les coupures, qui interviennent pour changer de lieu et de temps, permettent toutefois de saisir de simples gestes dans leur totalité. Le temps de la télé-réalité essaye d'être le plus fidèle possible au temps de la réalité. Cette perception (du quotidien dans les journées des participants, d'authenticité dans leurs réactions et manifestations affectives, de réalité dans le temps de déroulement de l'action) permet un dépassement

du « réalisme émotionnel ». La réception et l'engagement prennent donc la forme d'une participation émotive à la vie quotidienne d'autres personnes.

Conclusion

Dans le cadre de ce mémoire, il a été question des processus d'engagement qui participent à la réception d'émissions de télé-réalité. En explorant l'engagement dans les pratiques réelles d'écoute, il a été possible d'identifier de nombreux thèmes intéressants concernant les émissions *Loft Story* et *Occupation Double* et leur réception auprès d'un public de jeunes Québécoises.

Le premier chapitre a mis l'accent sur les positions qu'un lecteur peut adopter vis-à-vis d'un texte avec lequel il entre en relation. Ainsi, il a été possible de soulever comment la réception peut être comprise seulement en faisant référence au contexte réel où elle a eu lieu et à la place que le texte acquiert dans le quotidien du récepteur. Ce dernier peut s'engager dans une lecture émotive du texte, qui investit sa sphère sentimentale. Le mécanisme du réalisme émotionnel semblait être le meilleur véhicule pour l'analyse de l'engagement au sein de la réception d'émissions de télé-réalité. Cependant, cet instrument s'est révélé inapproprié, car les télé-réalités veulent représenter le « réel » en mettant le quotidien et la personne « ordinaire » au centre de leurs textes. L'engagement prend alors l'aspect d'une participation émotive dans le quotidien « réel » (et non pas fictif ou « réaliste ») d'autres personnes. Le réalisme émotionnel n'a donc pas lieu.

Dans le deuxième chapitre, j'ai discuté de l'approche méthodologique adoptée, de type qualitatif et interprétatif, ainsi que de la technique de collecte de données choisie, c'est-à-dire l'entrevue semi-dirigée. J'ai décrit les participants à l'étude ainsi que le terrain de recherche. De plus, j'ai joint un compte rendu de mon expérience de recherche et des procédures concrètes réalisées.

Le troisième chapitre a été consacré à l'analyse des formes d'engagement de la télé-réalité et à d'autres thèmes. La comparaison faite par les interviewées entre les émissions québécoises *Loft Story* et *Occupation Double* a suscité des observations intéressantes concernant la perception différente des deux programmes. La deuxième est de loin l'émission de télé-réalité préférée. *Loft Story* subit, en fait, des critiques sévères même de la part des ses téléspectatrices, à cause de ses contenus (répétitifs et inintéressants), de ses participants (ignorants et exhibitionnistes) et des attitudes qu'elle encourage (surtout voyeuristes). *Occupation Double* présente aussi certaines de ces caractéristiques. Toutefois les activités, les sorties et les voyages réalisés par les candidats la rendent plus élaborée et attachante aux yeux des téléspectatrices, qui en apprécient le plus haut niveau d'élaboration.

J'ai ensuite identifié certaines tensions qui font partie de la réception et qui suscitent une négociation constante des contenus de la part des téléspectatrices. Le point de vue sur l'émission varie lorsque les réceptrices prennent des positions différentes à l'égard du contenu. La réception acquiert une certaine fluidité, car elle est modelée sur la coexistence de pôles opposés. J'ai repéré quatre tensions en particulier : l'acceptation et la critique de la télé-réalité, les contenus fictifs et réels, le quotidien ordinaire et le quotidien extraordinaire, la spontanéité et la performance des participants. Contrairement à ce qu'on peut lire dans la littérature sur la télé-réalité, la tension entre la personne « ordinaire » et la célébrité se manifeste timidement auprès des téléspectatrices rencontrées. Seules les adolescentes semblent être sensibles à cette ambiguïté et s'investir dans la négociation entre les deux pôles. Pour les jeunes adultes, au contraire, cette tension apparaît comme résolue et le statut des participants est décidément celui de personnes « ordinaires » (parfois même *trop* ordinaires, selon leurs critiques).

Ensuite, l'analyse des différentes formes de lecture engagée a permis d'identifier certaines actions effectuées au cours de la réception qui montrent cet engagement. Ces indicateurs sont : les différentes formes de la réception prolongée, y compris le partage et la documentation sur les participants et l'émission, l'écoute fidèle, l'attention portée aux participants et à leurs personnalités, la perception des candidats comme des

personnes « ordinaires » et le développement d'un sentiment de familiarité. D'autres éléments, au contraire, semblent intervenir pour mitiger l'engagement : regarder la télé-réalité est une distraction, la critique sociale de ces émissions est souvent partagée par leurs téléspectatrices, la répétitivité des programmes cause un sentiment d'ennui auprès des récepteurs et les contenus provocants offensent leur sensibilité.

L'analyse a donc permis d'illustrer comment plusieurs éléments participent autant à la réception de la télé-réalité qu'à l'engagement éventuel de ses téléspectatrices.

Cette recherche se proposait d'explorer les formes d'engagement qui naissent au cours de la réception de la télé-réalité. L'objectif était de comprendre quel type d'intérêt son public porte à ces émissions, qui se veulent à la fois réalité et fiction. J'ai constaté que ces formes sont floues et que l'engagement est souvent remis en discussion, ce qui le rend difficilement saisissable. Il est donc impossible d'appréhender l'engagement dans sa globalité, car il est composé de moments. L'investissement personnel dépend du contexte et de la disposition à accepter les contenus du texte. En fait, ces contenus subissent une observation continuelle de la part des récepteurs, qui adhèrent surtout à une position de négociation et parfois d'opposition, telles qu'elles sont théorisées par Hall (1980). Même auprès des plus grandes admiratrices, les contenus de la télé-réalité sont constamment remis en question. De plus, ces contenus sont eux-mêmes parcourus par de nombreuses tensions, qui sont à leur tour perçues et négociées par les téléspectatrices.

Non seulement l'engagement est mitigé par une critique des contenus de la télé-réalité, mais il s'adapte aussi à la négociation des tensions. En outre, la télé-réalité reproduit les actions dans leur temps réel, c'est-à-dire dans toute l'extension de l'acte. Cela influe aussi sur la réception, qui prend la forme d'une participation émotive des téléspectatrices à la vie de tous les jours d'autres personnes « ordinaires ».

L'engagement et les tensions ne sont pas du même niveau, mais on voit que les tensions prennent part à la réception et peuvent participer aussi à l'engagement. En fait, l'implication personnelle peut aussi être soumise à cet effet de négociation, elle peut

subir une mise en discussion continuelle. Donc, quand la lecture est engagée, la réception oscille entre la négociation des tensions et les moments de l'engagement.

A la lumière de cette analyse et de sa discussion, plusieurs pistes de recherche ont émergé qui pourraient être l'objet d'autres études. En premier lieu, dans une recherche future, il serait intéressant d'explorer plus profondément les composantes du plaisir liées à l'écoute de la télé-réalité en différenciant les fans des non-fans. Dans ce mémoire, j'ai fait référence à ces deux catégories de téléspectatrices sans pourtant mener une étude sur les pratiques propres à chacune d'elles. Il serait intéressant d'approfondir les raisons pour lesquelles des détractrices de la télé-réalité regardent quand même ces émissions. Cela aiderait à saisir davantage le type d'intérêt qu'elles y portent.

En outre, cette recherche n'a pas voulu cibler au départ le seul public féminin. Pourtant, seules des téléspectatrices se sont offertes de participer à l'étude. Le public masculin n'est donc aucunement représenté dans cette analyse. Comme il a été mentionné dans le chapitre méthodologique, le terrain de recherche s'est déterminé de manière non-planifiée en regard au genre. La raison de ce manque de participation masculine peut être identifiée avec le fait que les garçons ont tendance à s'autocensurer quand il s'agit de dévoiler des préférences d'écoute qui nuisent à leur image sociale (Pasquier, 2005). Mais la seule présence de filles parmi les répondants est très curieuse. Il serait donc intéressant d'orienter une étude sur la réception de la télé-réalité selon les genres.

Une autre piste de recherche concerne le concept d'interactivité, qui participe souvent à la description de la réception médiatique contemporaine et qui est ici totalement absent. Les téléspectatrices sont à l'aise avec les technologies de l'information et font un usage régulier d'Internet et de la téléphonie cellulaire. Mais bien qu'elles soient conscientes qu'elles peuvent influencer sur le déroulement de l'émission avec leur vote, elles refusent d'interagir. Il serait donc intéressant et pertinent d'explorer l'adoption de l'interaction de la part des récepteurs, surtout pour les recherches actuelles sur les nouvelles technologies médiatiques.

Enfin, l'entrevue double pourrait ouvrir de nouvelles portes pour la compréhension de la construction mutuelle de sens. Comme il a été mentionné, je n'ai pas pu démêler ni saisir les échanges comme parties des données, à cause d'un manque de contrôle sur la situation d'entretien. Cependant, pour un chercheur plus expert, il pourrait être intéressant de relever ce défi. Cet instrument méthodologique pourrait être utile lors d'une étude sur les composantes sociales de la réception.

Références bibliographiques

- Abercrombie N., & Longhurst B. (1998). *Audiences : A sociological theory of performance and imagination*. London : Sage.
- Alasuutari, P. (1999). *Rethinking the media audience*. London : Sage.
- Allen, R.C. (1995). *To be continued... Soap operas around the world*. London and New York : Routledge, p. 1-25.
- Andrejevic, M., (2002). The kinder, gentler gaze of Big Brother : Reality TV in the era of digital capitalism. *New media and society* 4(2), London : Sage.
- Ang, I. (1985). *Watching Dallas*. London and New York : Methuen.
- Ang, I. (1991). *Desperately seeking the audience*. London and New York : Routledge, p. 1-14.
- Ang, I. (1996). Cultural studies, media reception and the transnational media system. Dans *Living room wars : rethinking media audiences for a postmodern world*. London et New York: Routledge, P.133-149.
- Aslama, M., & Pantti, M. (2006). Talking alone : reality TV, emotions and authenticity. *European Journal of Cultural Studies*, 9(2), p. 167-184.
- Barnfield, G. (2002). From direct cinema to car-wreck video: reality TV and the crisis of content. Dans *Reality TV : How real is real?* London : Hodder & Stoughton.
- Bausinger, H. (1984). Media, technology and daily life. Dans *Media, Culture and Society* 6(4), p. 343-352.
- Beaucher, S. (2004) « La télé-réalité: vérité? Mensonge ? »
Dans *Contact*. En ligne. <http://www.scom.ulaval.ca/contact/hiver04/telerealite.html>.
Consulté le 17 septembre 2008.
- Beauvois, J.-L., & Joule, R. (1981). Circonstances et engagement. Dans *Soumission et idéologies*. Paris : Presse Universitaire de France.
- Beauvois, J.-L. (1984). *La psychologie quotidienne*. Paris : Presse Universitaire de France.
- Bellemare, C., Caron-Bouchard, M., & Gruau, M.-C. (1994). *Allo Caro, qu'est-ce que tu regardes ?*. Lausanne : LEP éditions.

- Best, S., & Kellner, D. (1991). *Postmodern theory*. New York : The Guilford Press.
- Beyer, Y., Enli, G.S., Maasø, A.J., & Ytreberg, E. (2007). Small talk makes a big difference : Recent developments in interactive, SMS-based television, *Television and New Media*, 8(3), p.213-234.
- Bloustein, G. (2003). *Girl making: a cross-cultural ethnography on the processes of growing up female*. Australia : Berghahn Books.
- Bonneville, L., Grosjean, S., & Lagacé, M. (2007). *Introduction aux méthodes de recherche en communication*. Montréal : Gaëtan Morin Editeur.
- Breton P., & Proulx S. (2002). *L'explosion de la communication à l'aube du XXI siècle*. Montréal : Editions Boréal.
- Bureau of Broadcast Measurement (BBM) (2007). En ligne. www.bbm.ca/fr/archives_quebec.html. Consulté le 10 mars 2008.
- Butler, J. (2006). *Défaire le genre*. Paris : Editions Amsterdam.
- Calvert, C. (2000). *Voyeur Nation*. USA : Westview Press.
- Carter, C., & Steiner, L. (eds.) (2004). *Critical readings: media and gender*. UK : Open University Press.
- Cauchon, P. (2006). « Plus d'un million de Québécois accros à la télé-réalité ». Dans *Le Devoir*, 23 octobre. En ligne. <http://www.ledevoir.com/2006/10/23/121044.html>. Consulté le 17 septembre 2008.
- Chevrier, J. (2003). La spécification de la problématique. Dans Gauthier, B. (ed.) *Recherche sociale de la problématique à la collecte des données*. Sainte-Foy : Presse de l'Université du Québec.
- Clark, B. (2002). The box of tricks. Dans *Reality TV : How real is real?* London : Hodder & Stoughton.
- Corner, J. (2002). Performing the real : Documentary diversions. Dans *Television and New Media*, 3(3), p. 225-269.
- Couldry, N. (2002). Playing for celebrity : Big Brother as ritual event. Dans *Television and New Media*, 3(3), p. 283-293.
- Couldry, N. (2005). The extended audience: scanning the horizon. Dans Gillespie, M. (ed.) *Media audiences*. UK : Open University Press.

Culler, J. (2000). Philosophy and literature: the fortunes of the performative. *Poetics Today*, 21(3), p. 503-519.

Denzin, N.K., & Lincoln, Y.S., (2005). The discipline and practice of qualitative research : introduction. Dans Denzin, N.K., & Lincoln, Y.S. (eds.) *The Sage handbook of Qualitative Research*. New York: Sage, p.1-32.

Dictionnaire français Larousse. (1997). France : Editions Larousse.

Drøtner, K. (1992). Modernity and media panics. Dans Skovmand, M., & Schrøder K.C. (eds.) *Media cultures : reappraising transnational media*. London et New York : Routledge, p. 42-62.

Dumas, H. (2007) « Loft Story 4 : Quand les clichés dépassent la (télé)réalité ». *La Presse*, 28 septembre.

Dupont, L. (2007). *Téléréalité : quand la réalité est un mensonge*. Montréal : Les Presses de l'Université de Montréal.

Dupuis, H., & Légaré, R. (1992). *Dictionnaire des synonymes et des antonymes*. Montréal : Editions Fides.

Eco, U. (1979). Il ruolo del lettore. Dans *Lector in fabula : La cooperazione interpretativa nei testi narrativi*. Milano : Bompiani, pp. 50-75.

Fiske, J. (1987). *Television culture*. London : Methuen.

Flick, U. (1999). Social constructions of change: qualitative methods for analysing developmental processes. Dans *Social Science Information* 38(4), p. 631-658.

Fontana, A., & Frey, J.H. (2005). The interview : from neutral stance to political involvement. Dans Denzin, N.K., & Lincoln, Y.S. (ed.) *The Sage handbook of Qualitative Research*. New York: Sage, p. 695-727.

Franchini, L. (2004). *Modélisation et raisonnement sur les émotions*. En ligne. <http://www.limsi.fr/~jps/enseignement/examsma/2004/FANCHINI/index.html>. Consulté le 18 septembre 2008.

Frau-Meigs, D. (2003). Pornographie et téléréalité. Dans *La télé-réalité, un débat mondial : les métamorphoses de « Big Brother »*, Médiamorphoses (hors série), France : Edition Puf.

Gauntlett, D. (2002). *Media, Gender and Identity : An introduction*. London and New York : Routledge.

- Goffman, E. (1973). La présentation de soi. Dans Goffman, E. *La mise en scène de la vie quotidienne*. Paris : Les Editions de Minuit.
- Goffman, E. (1974). Perdre la face ou faire bonne figure? Analyse des éléments rituels inhérents aux interactions sociales. Dans *Les rites d'interaction*. Paris : Les édition de Minuit, p. 9-42.
- Gorden, R.L. (1975). *Interviewing : Strategy techniques and tactics*. USA : The Dorsey Press.
- Green, L. (2004). Gender. Dans Taylor, G., & Spencer, S. (eds.) *Social Identities : multidisciplinary approaches*. London : Routledge.
- Groulx, L.-H. (1998). Sens et usage de la recherche qualitative en travail social. Dans Poupart, Groulx, Mayer, Deslauriers, Laperrère. Pires (eds.) *La recherche qualitative : Diversité des champs et des pratiques au Québec*. Montréal : Gaëtan Morin.
- Hall, S. (1980). Encoding / Decoding. Dans *Culture, media, language : working papers in Cultural Studies 1972-1979*. London : Hutchinson.
- Hall, S. (2001). The spectacle of the 'other'. Dans Hall, S. (ed.) *Cultural representations and signifying practices*. London : The Open University Press, P.239-279.
- Hartley, J. (2004). « Kiss Me Kat » : Shakespeare, Big Brother, and the taming of the self. Dans *Reality TV : Remaking television culture*. New York : New York University Press.
- Hermes, J., & Ang, I. (1991). Gender and/in media consumption. Dans Curran, J. et Gurevitch M. (ed.) *Mass media and society*. London: Edward Arnold Publications.
- Hermes, J. (1993). Media, meaning and everyday life. *Cultural Studies* 7(3), p. 493-506.
- Hermes, J. (1995). *Reading women's magazines : An analysis of everyday media use*. Polity Press.
- Hermes, J. (1999). Media figures in identity construction. Dans Alasuutari, P. (ed.) *Rethinking the media audience*. New York: Sage.
- Hermes, J. (2005). *Re-reading popular culture*. Oxford: Blackwell Publishing.
- Hill, A. (2002). Big Brother : the real audience, *Television and New Media*, 3(3), pp. 323-40.
- Hill, A. (2004). Watching Big Brother UK. Dans Mathijs, E. & Jones, J. (eds.) *Big Brother international*. London : Wallflower Press, p. 25-39

Hill, A. (2005). *Reality TV : Audiences and popular factual television*. London and New York : Routledge.

Holmes, S. (2002). "Reality goes Pop!" : Reality TV, popular music, and narratives of stardom in Pop Idol. Dans *Television and New Media*, 5(2), p. 147-172.

Holmes, S. (2004). 'All you've got to worry about is the task, having a cup of tea, and doing a bit of sunbathing' : Approaching celebrity in Big Brother. Dans Holmes, S. & Jermyn, D. (eds.) *Understanding reality television*. London and New York : Routledge, p.111-135.

Hudson, B. (1984). Feminity and adolescence. Dans McRobbie, A., & Nava, M. (eds) *Gender And Generation*. UK : Macmillan.

Jagodozinki, J. (2003) The Perversity of Reality TV: A symptom of our times. Dans *Journal for the Psychoanalysis of Culture and Society*, 8(2), p. 320-329.

Jenkins, H. *Confessions of an Aca-Fan*. En ligne. <http://henryjenkins.org>. Consulté la première fois le 20 novembre 2007.

Jodelet, D. (2003). Aperçus sur les méthodologies qualitatives. Moscovici, S., & Buschini, F. *Les méthodes des sciences humaines*. Paris : Presse Universitaire de France, p. 139-164.

Jones, J. (2004). Emerging platform identities : Big Brother UK and interactive multi-platform usage. Dans Mathijs, E. & Jones, J. (eds.) *Big Brother international*. London : Wallflower Press, p. 210-231.

Jones, S. (1985). Depth interviewing, dans Walker, R. (ed.) *Applied Qualitative Research* Aldershots Hants: Gower, p.45-55.

Johnsson-Smaragdi, U. (1983). *TV use and social interaction in adolescence*. Sweden: Almqvist & Wiksell International.

Jost, F. (2003). « Vous regardez Big Brother ! ». Dans *La télé-réalité, un débat mondial : les métamorphoses de « Big Brother »*, Médiamorphoses (hors série), France : Edition Puf, p. 143-147.

Kaufmann, J.C. (1996). *L'entretien compréhensif*. Paris : Editions Nathan.

Kiesler, C. (1971). *The psychology of commitment*. New York et Londres : Academic Presse.

Kilborn, R. (1994). 'How real can you get?' : Recent developments in 'reality' television. *European Journal of Communication*, 9, p.421-39.

- Kvale, S. (1996). *Interviews: an introduction to qualitative research interviewing*. New York : Thousand Oaks, p.83-108.
- Lewis, J. (2004). The Meaning Of Real Life. Dans Murray, S. & Ouellette, L. *Reality TV : Remaking television culture*, New York : New York University Press.
- Liebes T., & Katz, E. (1990). *The export of meaning : Cross cultural readings of Dallas*. Oxford: Oxford University Press.
- Livingstone, S. (2002). *Young people and new media*. London : Sage.
- Livingstone, S. (2005). Media audiences, interpreters and users. Dans Gillespie, M. (ed.) *Media audiences*. UK : Open University Press, p. 9-50.
- Livingstone S., & Lunt, P. (1994). *Talk on television : audience participation and public debate*. New York : Routledge.
- Mathijs, E., & Jones, J. (2004). *Big Brother international*. London : Wallflower Press.
- Mattelart, A., & Neveu, E. (1996). Cultural Studies' stories : La domestication d'une pensée sauvage ? *Réseaux* 80. p.1-47.
- Mattelart A., & Mattelart M. (1997). *Histoire des théories de la communication*. Paris : Editions La Découverte.
- Mazzarella, R. & Pecora, N.O. (1999). *Growing up girls : Popular culture and the construction of identity*. New York : Peter Lang Publishing.
- Mehl, D. (2003). Le public de Loft Story : Distance et connivence. Dans *La télé-réalité, un débat mondial : les métamorphoses de « Big Brother »*, Médiamorphoses (hors série), France : Edition Puf, p. 132-137.
- Mehl, D. (2007). La télévision de l'intimité. *French Cultural Studies* 18, p.153-167.
- Millerand, F. (1997). David Morley et la problématique de la réception. *COMMposite*, 97(1). Récupéré le 28 septembre 2008 de <http://commposite.org/v1/97.1/articles/millieran.htm>
- Morin, E. (1972). *Les stars*. France: Editions du Seuil.
- Morley, D. (1980). *The 'Nationwide' audience. Structure and decoding*. London : BFI.
- Morley, D. (1986). *Family television. Cultural power and domestic leisure*. UK : Comedia.

- Morse, J.M. (1994). *Critical issues in qualitative research methods*. Beverly Hills : Sage.
- Pasquier, D. (1999). *La culture des sentiments*. Paris : Editions de la maison des sciences de l'homme.
- Pasquier, D., & Jouet, J. (1999). Les jeunes et l'écran. *Réseaux* 92-93.
- Pasquier, D. (2005). *Cultures lycéennes : la tyrannie de la majorité*. Paris : les Editions Autrement.
- Paulino, C. (2005). « Analyse comparative entre la réception du téléroman "Ramdan" et celle du site internet de l'émission par des jeunes de 10-12 ans ». Mémoire de maîtrise inédit, Montréal, Université de Montréal.
- Pecora, N. (1999). Identity by design : The corporate construction of teen romance novels. Dans Mazzarella, R. & Pecora, N.O. (eds.) *Growing up girls : Popular culture and the construction of identity*. New York : Peter Lang Publishing, p. 50-86.
- Pecora, V. (2002). The culture of surveillance. *Qualitative sociology*, 25(3), p. 345-358.
- Radway, J.A. (1992). *Reading the Romance: Women, Patriarchy and Popular Literature*. Chapel Hill: The University of North Carolina Press.
- Reijnders, S., Rooijakkers, G., & Van Zoonen, L. (2005). Community spirit and competition in idols : Ritual meanings of a TV Talent Quest. *European Journal of Communication* 22(3), p. 275-292.
- Roscoe, J. (2001). Big Brother Australia : Performing the 'real' twenty-four-seven. *International Journal of Cultural Studies* 4(4), p. 473-488.
- Ross, K., & Nightingale, V. (2003). *Media and audiences : new perspectives*. UK : Open University Press/ McGraw Hill.
- Sabourin, P. (2003). L'analyse de contenu. Dans Gauthier, B. (ed.), *Recherche sociale : de la problématique à la collecte des données*, Sainte-Foy : Presse de l'Université du Québec, p. 357-385.
- Salih, S. (2004). *The Judith Butler Reader*. Oxford : Blackwell publishing.
- Savoie-Zajc, L. (2003). L'entrevue semi-dirigée. Dans Gauthier, B. (ed.) *Recherche sociale : de la problématique à la collecte des données*, Sainte-Foy : Presse de l'Université du Québec, p. 293-316.
- Schröder, K. (2003). *Researching audiences*. London : Arnold.

Segre, G. (2006). La fabrication télévisuelle de la star : Loft story sous le regard du sociologue. *Réseaux* 137, p. 207-240.

Stempel Mumford, L. (1995). *Love and ideology in the afternoon*, Bloomington, IN: Indiana University Press.

Storey, J. (1996). *Cultural Studies and the study of popular culture*. UK : Edinburgh University Press.

Tincknell, E., & Raghuram, P. (2004). Big Brother : reconfiguring the 'active' audience of cultural studies?. Dans Holmes, S., & Jermyn, D. (eds.) *Understanding reality television*. London : Routledge, p.252-269.

Turner, G. (1990). British Cultural Studies : an introduction. Dans *Media and Popular Culture : a series of critical books*. Boston: Unwin Hyman.

Valdivia, A.N. (1999). A guided tour through one adolescent girl's culture. Dans Mazarella, R., & Pecora, N.O. *Growing up girls : Popular culture and the construction of identity*. New York : Peter Lang Publishing, p.159-74.

Van Zoonen, L. (2004). Desire and resistance : Big Brother in the Dutch public sphere. Dans Mathijs, E., & Jones, J. (eds.) *Big Brother international*. London : Wallflower Press, p. 16-39.

Watzlawick, P., Beavin, J.H., & Jackson, D.D. (1972). *Une logique de la communication* ; traduit de l'américain par Janine Morche. Paris : Editions du Seuil.

Woodward, K. (2000). *Questioning identity : gender, class, nation*. UK : Open University Press.

YouTube (2008). « On se prépare... 19h30 ». En ligne. www.youtube.com. Consulté le 20 Août 2008.

YouTube (2008). « Occupation Double – Prédiction ». En ligne. www.youtube.com. Consulté le 20 Août 2008.

Zurbriggen, L., & Morgan, E. (2006). Who wants to marry a millionaire ? Reality dating television programs, attitudes toward sex and sexual behaviours. Dans *Sex Roles*, 54(1/2), p. 1-17.

Annexes

Annexe 1 – Portrait des interviewées

Laurie, 17 ans, Sainte-Rose (Laval)

Laurie habite avec sa mère dans un petit quartier de Laval, en dehors de la ville de Montréal, et ses parents sont divorcés. Elle a 17 ans et fréquente l'école secondaire. Je l'ai rencontrée chez elle, avec son amie Annie. Pendant toute la durée de l'entrevue elle a gardé une attitude presque méfiante vis-à-vis de moi. Approfondir des thèmes de conversation était très difficile, car elle gardait ses distances avec moi et changeait souvent de sujet.

Elle se définit comme une bonne étudiante et prend des leçons de danse. Elle a un petit copain qui fréquente son école, avec lequel elle partage son intérêt pour *Loft Story*. Elle discute aussi de cette émission avec ses camarades.

Elle entretient une relation de grande amitié avec sa cousine, qui est la seule amie dont elle m'a parlé avec insistance. Elle décrit comme conflictuel son rapport avec ses parents. En faisant référence à son écoute de la télé-réalité, elle raconte que son père lui empêche de regarder ces émissions lorsqu'ils soupent ensemble, car il considère ça comme une habitude stupide. Tandis que quand elle est chez elle, bien que sa mère lui interdise de regarder *Loft Story*, elle lui désobéit et soupe seule devant la télévision pour suivre l'émission.

Elle passe beaucoup de temps sur Internet et utilise souvent le logiciel de chat en ligne *MSN*. C'est aussi le moyen par lequel elle se documente le plus sur l'émission. Elle regarde beaucoup la télévision et surtout des téléséries américaines, plusieurs émissions de télé-réalité et quelques documentaires. De plus, elle écoute la radio. Elle a commencé à suivre *Loft Story* depuis sa première saison, et elle se décrit comme « une grande fan » de l'émission.

Annie, 17 ans, Sainte-Rose (Laval)

Annie habite juste en face de Laurie, avec sa mère. Ses parents aussi sont divorcés, mais sa relation avec eux semble être moins conflictuelle que celle de Laurie. Elle fréquente la même école secondaire que sa voisine et prend aussi des cours de danse. Les deux filles rentrent toujours de l'école ensemble.

Annie, à l'opposé de Laurie, me semble assez ouverte et parle sur un ton aimable. Elle dit écouter beaucoup les informations et les téléseries américaines. Elle montre un intérêt particulier envers l'actualité et les enjeux politiques locaux. Regarder la télévision est une activité qu'elle fait souvent avec sa mère. En effet, elle regarde *Occupation Double* (sa télé-réalité préférée) avec sa mère à l'heure du souper. Elle utilise aussi beaucoup Internet et le chat en ligne *MSN*. C'est à travers ce moyen qu'elle cherche des informations supplémentaires sur les émissions de télé-réalité.

Elle parle de l'émission avec sa mère et ses camarades d'école. Elle regarde aussi *Loft Story*, mais garde une plus grande distance vis-à-vis de l'émission. En fait, bien qu'elle connaisse les détails des histoires et de ses participants, elle se prononce souvent contre ce programme. Elle préfère *Occupation Double*, qu'elle trouve plus naturel et moins provocateur que *Loft Story*, et parce qu'il met en scène des émotions fortes. Parmi les autres télé-réalités qu'elle suit, elle cite *Star Académie* et *America's Next Top Model*.

Laurence, 22 ans, Montréal

Laurence a toujours vécu à Montréal avec ses parents et depuis un an elle est en colocation avec sa meilleure amie. Elle fait un baccalauréat en travail social et semblait très concernée par le social et les produits québécois. En fait, quand elle n'étudie pas, elle se consacre à l'aide humanitaire.

Elle est timide et plutôt renfermée et la situation d'entrevue semble la mettre mal à l'aise, mais elle s'ouvre au fur et à mesure. En général, elle ne regarde pas beaucoup la télévision et n'écoute pas la radio. Le média qu'elle utilise le plus fréquemment est Internet. Elle n'est pas une admiratrice de la télé-réalité, au contraire elle critique durement ces émissions. Elle a regardé *Loft Story* et *Occupation Double* pour la

première fois l'automne dernier, parce qu'elle passait beaucoup de temps à la maison pour des raisons de santé. Elle trouvait amusant de regarder les émissions de télé-réalité avec sa colocataire, car elles s'amusaient à émettre des commentaires sarcastiques sur les participants. Son entourage est en grande majorité contre ce genre d'émissions. Cependant, elle a affirmé qu'elle voulait regarder ces programmes pour vaincre les préjugés et se créer sa propre opinion. Ses observations sont quand-même critiques et lapidaires. Elle m'a dit qu'elle ne regardait la télé-réalité que parce qu'elle s'ennuyait à la maison, mais quand je lui ai demandé pourquoi ne pas regarder autres choses, elle n'a pas su que répondre.

Marie, 22 ans, Montréal

Marie habite à Montréal avec une de ses meilleures amies. Ses parents sont divorcés. Sa mère, qu'elle va visiter tous les weekends, habite un peu en dehors de la ville et son père et son frère, qu'elle voit beaucoup moins souvent, vivent à Trois Rivières. Selon sa description, sa relation avec sa mère est très forte, tandis qu'elle prend plus les distances avec son père et son frère.

Elle fait un baccalauréat en Communication et vient de finir sa première année. Avant elle travaillait dans un centre de vacances. Elle est cheerleader de l'équipe de football de l'université et fait beaucoup de sport. Son groupe d'amies a un rôle de première importance dans sa vie. Elle sort souvent, organise des soupers, étudie en groupe. Elle aime louer des films avec sa colocataire, regarder en groupe le hockey, *Occupation Double* ou certaines téléséries. Elle a suivi tous les épisodes de l'émission et en parlait souvent avec ses amies. Elle faisait même des résumés de l'émission de télé-réalité pour les envoyer à une amie qui se trouvait à l'étranger. Elle perçoit les participants comme un groupe d'amis qui vont en vacances ensemble et font des activités intéressantes. Elle m'a confié qu'elle s'intéresse surtout aux personnalités des filles et moins aux jeux de relations.

Marie-Claude, 23 ans, Mascouche

Marie-Claude habite avec ses parents à Mascouche. Elle est caissière dans un supermarché et n'a pas d'éducation secondaire. Elle travaille tous les jours et un weekend sur deux, elle est célibataire et ne sort que rarement. Elle fréquente surtout sa sœur et ses cousines, ainsi que certaines collègues de travail. Elle vient à Montréal presque toutes les semaines pour visiter sa cousine, Christine (que j'ai aussi interviewée).

Elle regarde plusieurs téléromans différents, suit rarement les informations et écoute souvent la radio. Parfois elle lit des revues de potins qui sont disponibles au supermarché où elle travaille, mais ne les achète jamais. Lors de l'entrevue, elle a gardé une attitude gênée mais gentille. Elle m'a semblé qu'elle voulait s'autocensurer par peur de me faire une mauvaise impression.

Elle écoute *Loft Story* et *Occupation Double* avec une grande fréquence. Souvent elle écoute les nouvelles des émissions et les entrevues avec les participants qui sont transmises à la radio du supermarché. Elle en discute ensuite avec les clients et les collègues. Un de ses plus grands plaisirs est de suivre les tactiques et les stratégies de jeu des participants, qui créent le suspense dans les programmes.

Lana, 23 ans, Montréal

Lana habite à Montréal avec sa meilleure amie, à deux pas de chez sa sœur. Elle vient de Valleyfield, où sa famille et son copain habitent, et elle y retourne tous les weekends. Elle suit un baccalauréat en Relations Internationales et sort souvent avec ses amies et ses collègues d'école. Elle regarde beaucoup la chaîne télévisée Radio-Canada pour les informations, et d'autres postes pour des téléséries américaines ou québécoises, ainsi que plusieurs émissions de télé-réalité. Elle va souvent au cinéma et écoute un peu la radio. Elle s'intéresse beaucoup à l'actualité et au tourisme. Elle utilise Internet comme principal moyen d'information, mais lit aussi les journaux gratuits distribués dans le métro.

En ce qui concerne la télé-réalité, elle écoute *Occupation Double*, *American Idol*, *Star Académie*, *Canada's Next Top Model* et un peu *Loft Story*. Elle se définit comme une admiratrice d'*Occupation Double*, dont elle ne manque aucun épisode. Lorsqu'elle ne peut pas le regarder, elle l'enregistre pour le voir durant la fin de semaine. Ce qui capture le plus son attention sont les voyages et les activités présentés dans l'émission. Elle aime aussi comprendre les personnes et en évaluer la personnalité, dans leur quotidien et dans la télé-réalité.

Lina, 23 ans, Montréal

Lina, que je connais personnellement, habite à Montréal avec son père, car ses parents sont divorcés. Elle a fait un baccalauréat en Psychologie et commence une maîtrise en Sociologie.

Elle lit tous les matins le journal. Elle lit ensuite ses courriels sur Internet, avant de commencer à étudier. Elle regarde souvent à la télévision les émissions de télé-réalité *Occupation Double* et *America's Next Top Model* et ses téléséries préférées. Elle s'intéresse aussi aux émissions de découverte et d'enquête, qu'elle regarde souvent avec son père. Elle aime aussi regarder de vieux films.

Elle a regardé toutes les saisons d'*Occupation Double* et seulement une de *Loft Story*. Bien qu'elle n'en ait pas manqué un épisode, elle n'en parle pas avec d'autres personnes. Elle a honte de révéler aux autres son intérêt pour la télé-réalité. En fait, normalement elle regarde ces émissions toute seule et parfois avec son copain, avec lequel elle s'amuse à les commenter. Elle aime appliquer ce qu'elle a appris de sa formation de psychologue pour comprendre les personnalités des participants, prévoir leurs réactions et analyser leurs relations. Ceci est en fait le plus grand plaisir lié à son écoute de la télé-réalité.

Elise, 23 ans, Montréal

Elise, que je connaissais déjà, a fait un baccalauréat en Mode et est en train de faire une maîtrise en Relations Internationales. Elle a un copain et habite avec deux autres filles, mais ne sort pas souvent. Elle travaille aussi comme responsable des contacts avec l'étranger dans une entreprise de mode, de 9h à 17h. Quand elle rentre à la maison, elle étudie ou se détend devant la télévision.

Elle a donc une écoute assez distraite de la télévision en général. Elle a seulement manifesté de l'enthousiasme en parlant de la télésérie américaine *Sex and the City*. Elle regarde parfois des téléséries québécoises à la télévision ainsi qu'une télé-réalité sur Internet. Cette dernière l'intéresse car elle documente le travail de designers de mode et montre le processus de production des vêtements. Elle ne va pas souvent au cinéma et aime lire des livres pour se détendre. Sa consommation médiatique s'oriente généralement plus vers la distraction – comme pour la télé-réalité – que vers l'écoute active.

Elle regarde *Occupation Double* seulement les dimanches, parce qu'elle n'a pas le temps durant la semaine. Elle suit l'émission avec sa colocataire, mais ne trouve pas un plaisir particulier à le faire en compagnie, au contraire : elle préfère la regarder toute seule pour éviter les commentaires de l'autre. Pourtant elle parle souvent d'*Occupation Double* avec ses collègues de travail, les lendemain de l'émission. Elle connaît aussi plusieurs participants des différentes saisons d'*Occupation Double* et de *Loft Story*.

Claire, 25 ans, Montréal

Claire habite à Montréal avec son mari. Je l'ai connue à l'université, car elle fait une maîtrise. Quand je lui ai demandé si elle connaissait quelqu'un qui regardait la télé-réalité, elle a mis un certain temps avant de réaliser qu'elle aussi la regardait. En fait, elle y accorde très peu d'importance et n'en parle jamais avec personne. Elle considère ces émissions comme l'essence de la stupidité et du vide. Le genre d'émissions qu'elle regarde est très différent de celui des autres interviewées. J'ai donc dû abandonner ma grille d'entrevue et improviser sur les thèmes soulevés durant l'entretien.

Plusieurs jours par semaine elle est à l'université, du matin au soir. Ensuite elle voit ses amis ou rentre chez elle et prépare le souper avec son mari. Entretemps, ils écoutent les informations à la télévision et après elle navigue sur Internet. Elle écoute la radio dans ses trajets avec son appareil *MP3*, elle va rarement au cinéma et parfois regarde des films chez elle. Mais le média qu'elle utilise le plus est l'ordinateur, et Internet en particulier.

Elle regarde une émission de télé-réalité nommée *Doctor Phil*, où des invités discutent de certaines situations difficiles qu'ils vivent et un psychologue leur donne des suggestions. Parfois elle la regarde avec son conjoint, mais plus souvent toute seule, car il la considère comme une « idiotie ». Elle aussi le pense et dit qu'elle la regarde pour se détendre. Toutefois, il arrive qu'elle se fasse prendre par certaines situations de l'émission et qu'elle se sente outrée par certains contenus.

Elle regarde aussi une autre émission de télé-réalité qu'elle retrouve sur Internet, nommée *A Shot at Love*, qui ressemble beaucoup à *Occupation Double* : des garçons et des filles rentrent en compétition pour séduire l'animatrice, et sont éliminés au fur et à mesure. C'est surtout la représentation des genres qui a attiré son attention.

Christine, 25 ans, Montréal

Christine, sœur de Lana, vient de Valleyfield mais vit à Montréal depuis quelques années. Elle a fait un baccalauréat et travaille comme chargée de projet dans une agence de communication. Elle travaille du lundi au vendredi et elle a tissé des relations amicales avec ses collègues de travail, avec lesquels elle sort parfois. Elle voit aussi souvent sa sœur. L'été elle aime voir ses amis, aller sur les terrasses, prendre le soleil, faire du patin-à-roulette et du shopping et profiter du beau temps. Tandis que l'hiver elle reste la plupart du temps chez elle à regarder la télévision, quand elle rentre du travail. Sa consommation médiatique est donc très saisonnière.

Elle aime écouter la radio en se levant et surtout les émissions d'information et d'actualité. Elle consulte beaucoup Internet pour regarder les nouvelles et lit beaucoup de romans. Elle va rarement au cinéma, et seulement pour y voir des films québécois.

C'est un de ses critères de sélection, qui s'applique aussi aux choix télévisuels : elle regarde des téléséries, des émissions de cuisine, d'actualité, des films, des émissions de voyages, pourvu qu'ils soient québécois.

Elle a commencé à regarder *Loft Story* et *Occupation Double* grâce à sa sœur et à ses amis qui l'ont « trainée ». Quand elle était étudiante, elle organisait des soirées entre filles pour regarder *Occupation Double*. Elle discute souvent de l'émission avec ses collègues de travail. La télé-réalité lui offre l'opportunité d'observer et analyser les gens, leurs relations et caractères, de comprendre les personnalités et les dynamiques de groupe : c'est un exercice qu'elle fait aussi au quotidien dans son travail.

Annexe 2 – Grille pour les entrevues semi-dirigées¹

Le quotidien :

1. J'aimerais que tu me parles un peu de ce que tu fais dans la vie.
2. J'aimerais savoir, aussi, comment tu passes normalement tes journées.
3. Parle-moi un peu des personnes qui te côtoient le plus dans ta vie.
4. J'aimerais aussi comprendre la présence que les médias ont dans ta vie de tous les jours.
 - Si la personne ne peut répondre ou ne comprend pas : le temps que tu leur dédies, si tu as des habitudes particulières d'écoutes, ce que tu aimes écoutes (ou lire, ou regarder, ou faire), etc.
5. Comme tu sais, je fais une recherche sur les émissions de télé-réalité, plus particulièrement sur ceux qui les regardent ou les ont regardées. J'aurais donc besoin de me faire une idée de ta façon d'écouter ces émissions. Pourrais-tu m'en parler ?
 - Je veux dire : combien de temps tu dédies à ça, est-ce que c'est une activité régulière, quelle importance tu assignes à ces émissions dans une journée type par rapport à d'autres activités ?

La télé-réalité :

1. Parle-moi un peu de(s) l'émission(s) de télé-réalité que tu suis le plus.
2. Qu'est-ce qui fait que c'est ton émission préférée ?
3. J'aimerais comprendre quand et comment tu la regardes normalement, quelle est une situation d'écoute typique pour toi ?
4. Est-ce que tu partages cet intérêt pour l'émission ou pour la télé-réalité en général avec quelques personnes ?
 - Si oui : pourrais-tu m'expliquer si tu aimes en parler avec ces personnes et de quoi parlez-vous ensemble ? Donne-moi un exemple.

¹ La grille d'entrevue est un outil souple dans les mains du chercheur. J'ai donc ajusté les questions à chaque situation d'entretien et à chaque interviewée.

5. Je voudrais savoir s'il y a d'autres moyens à part la télé par lesquels tu suis ou tu prends des nouvelles de l'émission.
6. J'aimerais aussi comprendre quels sont les aspects de cette émission que tu retiens le plus. Prenons donc un exemple pratique : si tu dois parler de l'émission à quelqu'un, quels sont les aspects sur lesquels tu t'attarderais le plus ?
7. Je voudrais aussi savoir quels sont les aspects que tu aimes le moins.

La proximité :

1. Parle-moi un peu des participants de l'émission dont tu te souviens.
2. Pour toi, quels sont les aspects et les caractéristiques de ces personnes les plus importantes ? Explique-moi pourquoi.
3. D'après toi, pourquoi ces caractéristiques viennent te chercher plus que d'autres ?
4. Quels sont les moments, les événements, les personnes dont tu te souviens le plus encore aujourd'hui ?
5. Tu as regardé l'émission de la saison dernière, donc on peut dire que tu as une bonne connaissance de ce qu'il se passait. Ainsi, après avoir suivi les participants sur l'écran toutes les semaines, comment tu les considères aujourd'hui ?
6. Quels sont les aspects de ces personnes qui ont surtout attiré ton attention ? et pourrais-tu m'expliquer d'après toi pourquoi ?
7. Si jamais tu croisais un des participants dans la rue ou dans un café, comment tu réagirais ?
8. Comment ont fait les participants, d'après toi, pour vivre ensemble pendant si longtemps loin de leur vie de tous les jours ?

Conclusion :

1. Est-ce que tu vois quelque chose d'important que j'aurais oublié et dont tu voudrais me parler ?
2. Dernière question : qu'est-ce que ça te fait de reparler aujourd'hui de l'émission ?

Annexe 3 – Formulaire de consentement

FORMULAIRE DE CONSENTEMENT

Titre de la recherche : La réception de la télé-réalité et les formes d'engagement qui en dérivent pour ses téléspectateurs.

Chercheur : Mlle Camilla Sironi, étudiante à la maîtrise, Département de communication, Université de Montréal.

Directeur de recherche : Mme Dominique Meunier, Professeure au département de Communication, Université de Montréal.

A) RENSEIGNEMENTS AUX PARTICIPANTS

1. Objectifs de la recherche.

Ce projet de recherche vise à mieux comprendre les formes d'engagement que de nouveaux formats télévisuels comme la télé-réalité peuvent produire pendant leur réception.

2. Participation à la recherche

Votre participation à cette recherche consiste à vous présenter à une séance d'entrevue [semi-dirigée] d'une durée d'environ 90 minutes à un moment et dans un lieu de votre choix. Cette entrevue sera enregistrée à l'aide d'un magnétophone, et retranscrite pour les fins de l'analyse.

3. Confidentialité

Les renseignements que vous nous donnerez demeureront confidentiels. Chaque participant à la recherche se verra attribuer un pseudonyme et seul le chercheur principal aura la liste des participants et des pseudonymes qui leur auront été attribués. De plus, les renseignements seront conservés dans un classeur sous clé situé dans un bureau fermé. Aucune information permettant de vous identifier d'une façon ou d'une autre ne sera publiée. Les données personnelles seront détruites 7 ans après la fin du projet. Seules les données ne permettant pas de vous identifier seront conservées.

4. Avantages et inconvénients

En participant à cette recherche, vous pourrez contribuer à l'avancement des connaissances sur la compréhension de la réception des Québécois envers la télé-réalité. Votre participation à la recherche vous donnera également la possibilité de réfléchir sur votre façon de regarder ce format télévisuel et sur le type d'investissement dans lequel cela vous engage.

5. Droit de retrait

Votre participation est entièrement volontaire. Vous êtes libre de vous retirer en tout temps par avis verbal, sans préjudice et sans devoir justifier votre décision. Si vous décidez de vous retirer de la recherche, vous pouvez communiquer avec la chercheuse, au numéro de téléphone indiqué à la dernière page de ce document. Si après réflexion, vous ne souhaitez pas que certaines informations que vous avez transmises à la chercheuse soient utilisées pour le projet de recherche, vous n'aurez qu'à en informer la chercheuse et celle-ci les détruira. Si vous vous retirez de la recherche, les renseignements qui auront été recueillis au moment de votre retrait seront détruits.

B) CONSENTEMENT

Je déclare avoir pris connaissance des informations ci-dessus, avoir obtenu les réponses à mes questions sur ma participation à la recherche et comprendre le but, la nature, les avantages, les risques et les inconvénients de cette recherche.

Après réflexion et un délai raisonnable, je consens librement à prendre part à cette recherche. Je sais que je peux me retirer en tout temps sans préjudice et sans devoir justifier ma décision.

Nom (Interviewée) : _____ Prénom (Interviewée): _____

Signature : _____ Date : _____

Je déclare avoir expliqué le but, la nature, les avantages, les risques et les inconvénients de l'étude et avoir répondu au meilleur de ma connaissance aux questions posées.

Signature du chercheur _____ Date : _____

Nom : _____ Prénom : _____

Pour toute question relative à la recherche ou pour vous retirer de la recherche, vous pouvez communiquer avec Mlle Camilla Sironi (agente de recherche), au numéro de téléphone suivant : [information retirée / information withdrawn] ou à l'adresse courriel suivante : [information retirée / information withdrawn]

Toute plainte relative à votre participation à cette recherche peut être adressée à l'ombudsman de l'Université de Montréal, au numéro de téléphone (514) 343-2100 ou à l'adresse courriel ombudsman@umontreal.ca. (L'ombudsman accepte les appels à frais virés).

Un exemplaire du formulaire de consentement signé doit être remis au participant.